



# Facebook: Votre public cible vous attend!



## Donnez le coup d'envoi.

- Il est fort probable que les propriétaires d'animaux de compagnie que vous souhaitez joindre aient déjà un compte Facebook et qu'ils soient impatients d'interagir avec votre clinique.
- Veillez à ce qu'ils puissent vous retrouver en **choisissant un nom d'utilisateur qui leur permettra de vous repérer facilement** (par exemple, le nom de votre entreprise) et que vous utiliserez dans tous les médias sociaux (si possible).
- Servez-vous de la section « **À propos** » de votre page d'entreprise pour parler de votre clinique, de votre équipe, de vos services, de vos spécialités et (bien sûr!) **de la façon et du moment où l'on peut communiquer avec vous**.
- Servez-vous de la fonction « **Inviter** » de Facebook pour inviter les gens à cliquer sur la mention « J'aime », à s'abonner et à partager votre page d'entreprise.
- **Interagissez sur les médias sociaux (et faites-vous remarquer!)** en cliquant sur la mention « J'aime », en commentant des publications ou en partageant d'autres éléments de contenu pertinents que vos abonnés sont susceptibles de trouver utiles.



## Montrez et démontrez.

- Faites en sorte que le ton et le contenu de vos publications soient **informels, tout en offrant de la valeur** à vos abonnés.
- **Ajoutez des illustrations, des photos et des vidéos** à l'appui du contenu de vos publications.
- **Essayez de publier différents types** de contenus pour évaluer ceux qui trouvent écho auprès de votre public.
- Attirez l'attention des lecteurs et invitez-les à interagir avec vos publications grâce à des **questions, à des énoncés audacieux ou à des faits étonnants**.
- **Servez-vous d'un appel à l'action convaincant** pour inciter les lecteurs à passer à la prochaine étape. Par exemple, communiquer avec votre clinique, consulter votre site Web, télécharger une brochure, etc.



## Conseils judicieux.

- Vérifiez vos paramètres de sécurité pour veiller à ce que votre page et vos publications puissent être **repérées et partagées publiquement**.
- **Activez les notifications** afin de pouvoir répondre aux questions et participer aux discussions liées à vos publications.
- Une bonne pratique consiste à nommer une **deuxième personne à titre d'administrateur** dans la section "Paramètres" de votre page.
  - Vous pouvez également nommer des employés ou des tiers dignes de confiance à des fonctions précises (p. ex., rédacteur en chef, annonceur, agences, etc.).
- **Téléchargez la photo de votre profil** (par exemple, le logo de votre clinique) dans un format de 170 x 170 pixels.
- Choisissez une photo claire de votre clinique, de votre équipe ou d'un décor saisonnier, dotée d'un bon éclairage et enregistrée en format 820 x 312 pixels, pour votre photo de **couverture**.



## Saviez-vous que...?

- La page Facebook de votre clinique sera probablement le premier ou **le deuxième résultat** de la liste lorsque l'on cherchera votre nom en ligne.
- En moyenne, **les gens passent 38 minutes par jour à consulter des pages Facebook**.
- Les groupes d'âge des utilisateurs de Facebook comprennent **tous les principaux profils d'acheteurs**.
- Vous pouvez **lier votre page Facebook et votre compte Instagram**, ce qui vous permet notamment de partager des publications, des photos et des vidéos et de **modifier facilement** les renseignements sur votre compte dans les deux applications.
- La fonction publicitaire de Facebook est robuste et vous permet de **créer et de gérer des campagnes publicitaires ciblées** sur plusieurs plateformes.
- Vous pouvez également vous servir de Facebook pour **mener des sondages, organiser des concours, planifier et gérer des événements**, etc.

# Tirez le maximum de Facebook grâce à des applications et à des outils utiles

*(Les exemples ci-dessous ne sont que quelques-unes des options offertes!)*



## Veillez à ce que l'on voie vos publications.

- **Facebook Audience Insights** vous procure des données agrégées sur votre public, de sorte que vous pouvez créer du contenu qui trouve écho auprès des personnes que vous espérez joindre.
- Lorsque vous créez une publication, vous avez la possibilité de cliquer sur « **Programmer une publication** » pour choisir le moment où vous souhaitez qu'elle soit publiée. Ainsi, vous savez que vos abonnés la verront **à un moment où ils sont en ligne**.
- Gérez votre page lorsque vous êtes en déplacement grâce à l'application **Facebook** pour les appareils iOS et Android.



## Tissez des liens solides.

- Offrez à vos clients la possibilité de visiter votre clinique, présentez-leur votre personnel ou faites une présentation en temps réel grâce aux **vidéos en direct de Facebook**.
- Qui a besoin d'un formulaire de contact, alors que **Facebook Messenger** fait l'affaire, et vous offre encore plus?
- Créez votre propre communauté grâce aux **groupes Facebook associés à des pages**.
- Vous pourriez même découvrir la prochaine vedette de votre clinique en publiant des offres d'emploi sur Facebook Jobs.