

|                                                    |      |
|----------------------------------------------------|------|
| Quels réseaux utiliser ?                           | p.2  |
| Les avantages de Facebook                          | p.3  |
| Les avantages d'Instagram                          | p.4  |
| Pourquoi combiner Facebook et Instagram ?          | p.5  |
| Les autres réseaux sociaux ?                       | p.6  |
| Analyse de la concurrence                          | p.7  |
| Sommaire Facebook                                  | p.8  |
| Créer une page Facebook                            | p.9  |
| Quel contenu publier sur Facebook ?                | p.10 |
| Astuces pour Facebook                              | p.11 |
| Sommaire Instagram                                 | p.12 |
| Instagram : Quel contenu et comment publier ?      | p.13 |
| Astuces pour Instagram                             | p.14 |
| Quelles publications                               | p.15 |
| Pourquoi utiliser LinkedIn pour votre entreprise ? | p.16 |
| Avis Google                                        | p.17 |
| Méthodes de création de site marchand              | p.18 |
| Créer un site avec un CMS ou SaaS                  | p.19 |
| SEO : Techniques avancées                          | p.20 |

# Quels réseaux sociaux utiliser ?



- 1 Les avantages de Facebook .
- 2 Les avantages d'Instagram .
- 3 Pourquoi combiner ces deux réseaux ?
- 4 Les autres réseaux sociaux ?



# Quels réseaux utiliser ?

## I-Les avantages de Facebook .

- **Large audience** : 33,4 Millions d'utilisateurs chaque mois en France .
- **Pages professionnelles** : donne des informations sur l'entreprise , permet d'accéder aux outils d'analyse ...
- **Publicité ciblée** : Facebook ads ( publicité payante ), précise et flexible .
- **Interaction client** : Messagerie instantanée, commentaires, avis .
- **Evénements** : Permet d'informer ( promotions ... ), peuvent être privé ou public .
- **Outils d'analyse** : Facebook insight ( informations sur votre audience ), Facebook ads manager (analyse de vos campagnes publicitaires .

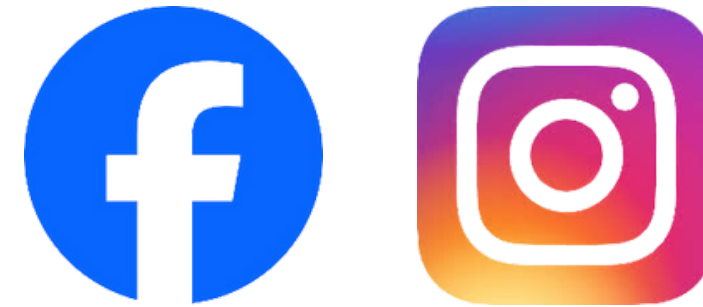


# Quels réseaux utiliser ?

## II-Les avantages d'Instagram :

- **Visuel** : Priorité aux images et aux vidéos / diversité du contenu visuel .
- **Stories et réels** : possibilité de stories à la une (permanentes) , Réels (vidéos courtes à la visibilité accrue) .
- **Identité visuelle de la marque** : Couleur , typographie , style visuel , logo , cohérence entre les publications .
- **Interaction Directe** : Commentaires , messages directs , réaction aux stories , mentions (tags) .
- **Audience** : principalement des jeunes (60% 18-34 ans)  
environ 27 Millions d'utilisateurs en France .

# **III-Pourquoi combiner l'utilisation de ces deux réseaux ?**



## **Audience complémentaire :**

Facebook -> Public plus âgé / professionnel .

Instagram -> Public plus Jeune .

## **contenus différents :**

Facebook -> Partager des informations détaillées / organiser des événements .

Instagram -> Contenu plus court et visuel , esthétique .

**La combinaison de Facebook et Instagram permet d'avoir plus d'impact , en effet les personnes ciblées ne sont pas les mêmes selon la plateforme .**



## **IV-Pourquoi privilégier ces deux réseaux sociaux aux autres ?**

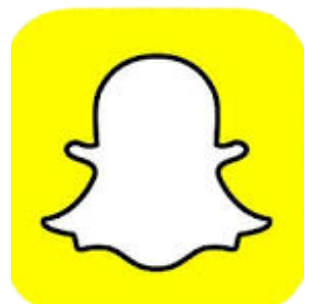
**TikTok** : le public présent sur ce réseau social est très jeune , cela n'aurait pas d'intérêt .



**Twitter (X)** : le principe de ce réseau est basé sur le temps réel , l'actualité .Il n'y a donc pas vraiment de possibilités pour se démarquer en tant qu'entreprise .



**Snapchat** : Pas adapté pour être utilisé par une entreprise ( contenu éphémère ) , de plus le contenu semble moins professionnel / sérieux .





# Analyse de la concurrence .

## FLS :

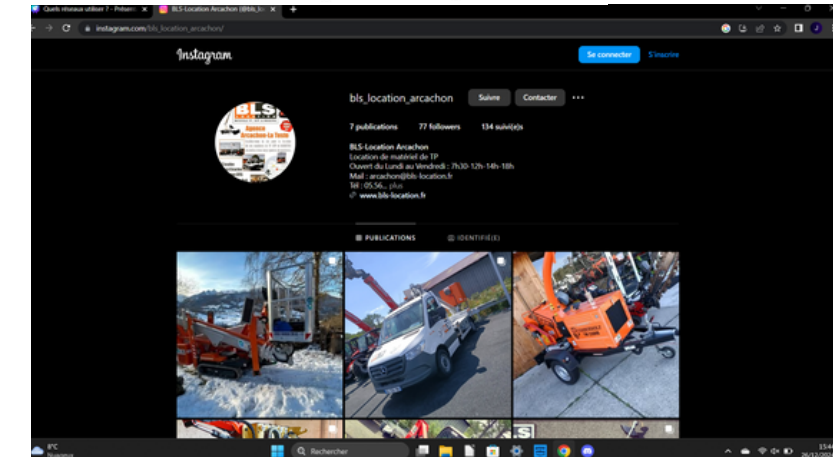
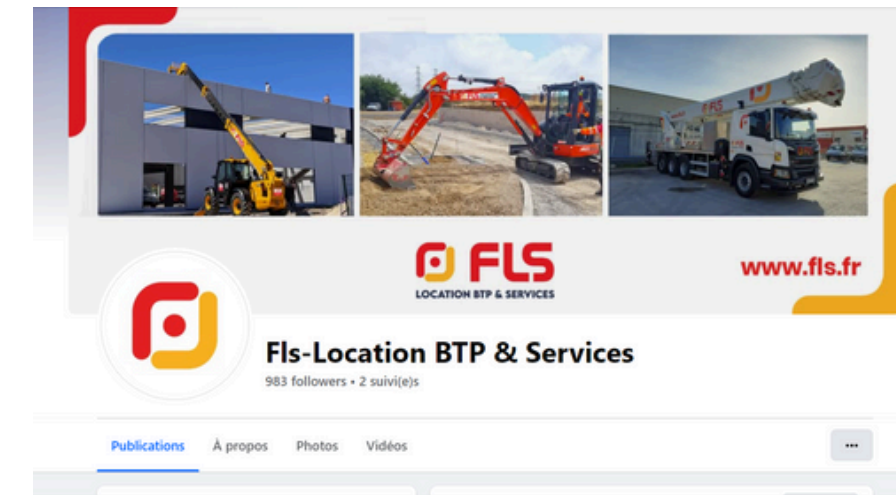
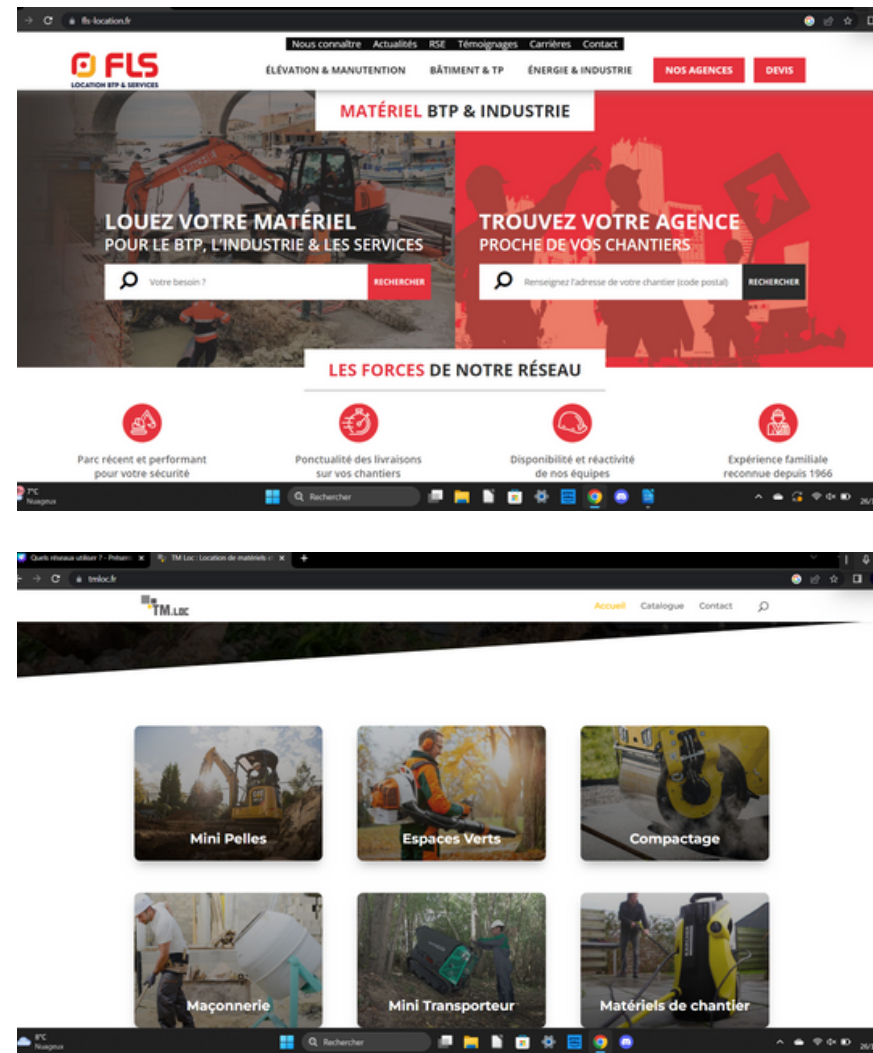
- > Site -> Catalogue -> Demande devis .
- > **Facebook** -> 983 abonnés .
- > Pas de compte Instagram .
- > **Linkedin** -> 3039 abonnés .

## TM LOC :

- > Site -> Catalogue -> Demande devis .
- > Pas de compte Facebook .
- > Pas de compte Instagram .
- > **Linkedin** -> 233 abonnés .

## BLS :

- > Site -> Catalogue -> Nous contacter .
- > **Facebook** -> 799 abonnés , 672 J'aime .
- > **Instagram** -> BLS\_location\_arcachon -> 77 abonnés
- > **Linkedin** -> 517 abonnés .





# Facebook



- 1 **Créer un profil / Page**
- 2 **Quel contenu publier ?**
- 3 **Astuces / Conseils**





# Facebook

## Créer une page Facebook :

- Dans la section Pages, cliquez sur Créer une Page.
  - Ajoutez le nom et la catégorie de Page.
  - Ajoutez la bio de votre Page et cliquez sur Créer.
  - Ajoutez des informations telles que Contact, Lieu et Horaires, et cliquez sur Suivant.
  - Ajoutez les photos de profil et de couverture, modifiez le bouton d'action et cliquez sur Suivant.
- 
- **Photo de profil**
  - **photo de couverture**
  - **logo**
  - **horaires**
  - **adresse**
  - **numéro de téléphone / email**
  - **brève description (mots clés , énoncé de missions ... ) .**

Un compte Facebook est personnel et destiné aux individus pour interagir avec leurs amis , tandis qu'une page Facebook est publique et conçue pour les entreprises . Une page permet de promouvoir des produits, d'interagir avec les clients et d'accéder à des outils d'analyse et de publicité .

**Pour une entreprise, une page est essentielle pour renforcer sa visibilité et établir une présence professionnelle en ligne .**



# Facebook

## Contenu à publier :

1. **Photo + texte descriptif** ( quelques lignes ), activité, produits vendus ...
2. Photos qui présentent les **différentes activités de l'entreprise** une à une -> **Description précise** , le tout de manière régulière ( **chaque semaine** ) .
3. En parallèle , publication de post ( **informations importantes , actualités en lien avec l'entreprise ...** ).
4. **Repost d'information cohérentes** ayant un **lien avec l'entreprise** .

## Rédaction des publications :

1. Contenu **pertinent** de qualité
2. être **bref** : -250 caractères , 80 si possible .
3. Ne pas utiliser trop de hashtags .
4. Utiliser des **émojis** cohérents **en lien avec la publication** .

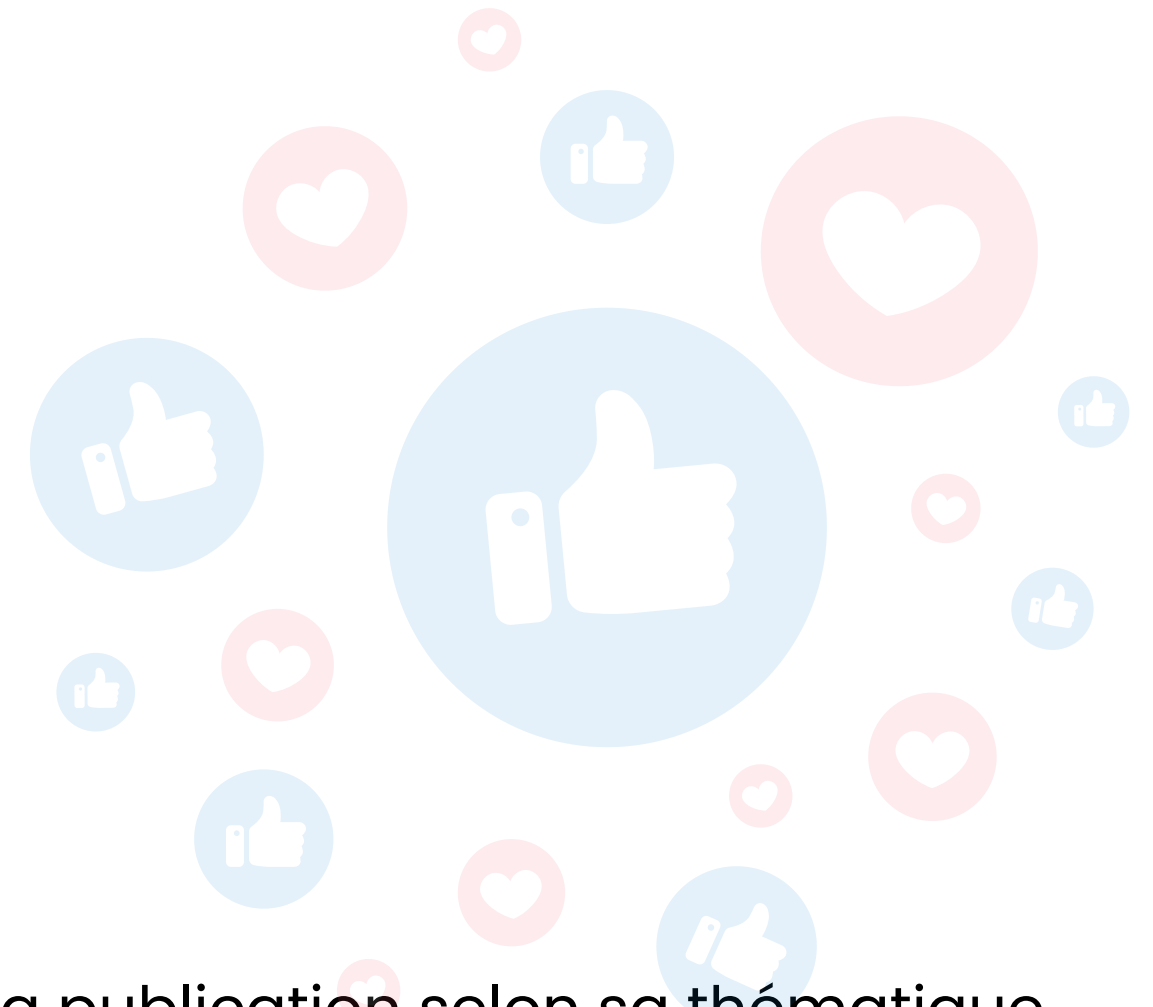




# **Facebook**

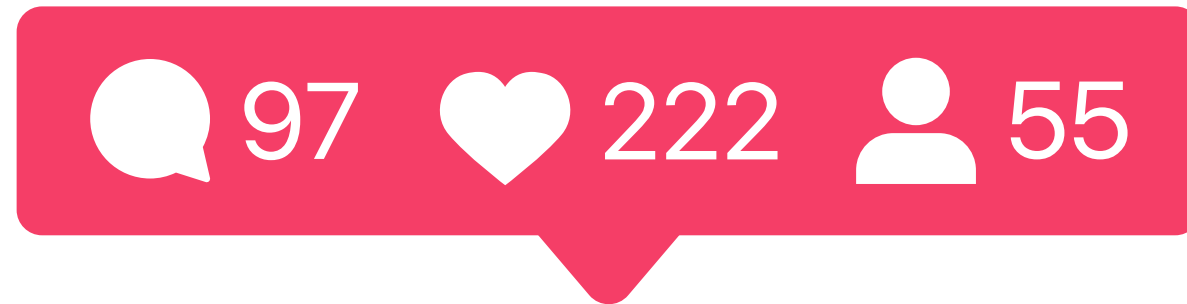
## **Astuces / Conseils :**

1. Créer une page professionnelle .
2. Poser des questions dans nos publications .
3. Etre régulier dans la fréquence des publications .
4. Utiliser des hashtags à la fin des descriptions (2 à 4 ) pour catégoriser la publication selon sa thématique .
  - > Utiliser des majuscules / éviter les # trop long .
5. Utiliser les @ pour identifier un compte .
6. Epingler les publications qui contiennent des informations importantes





# Instagram



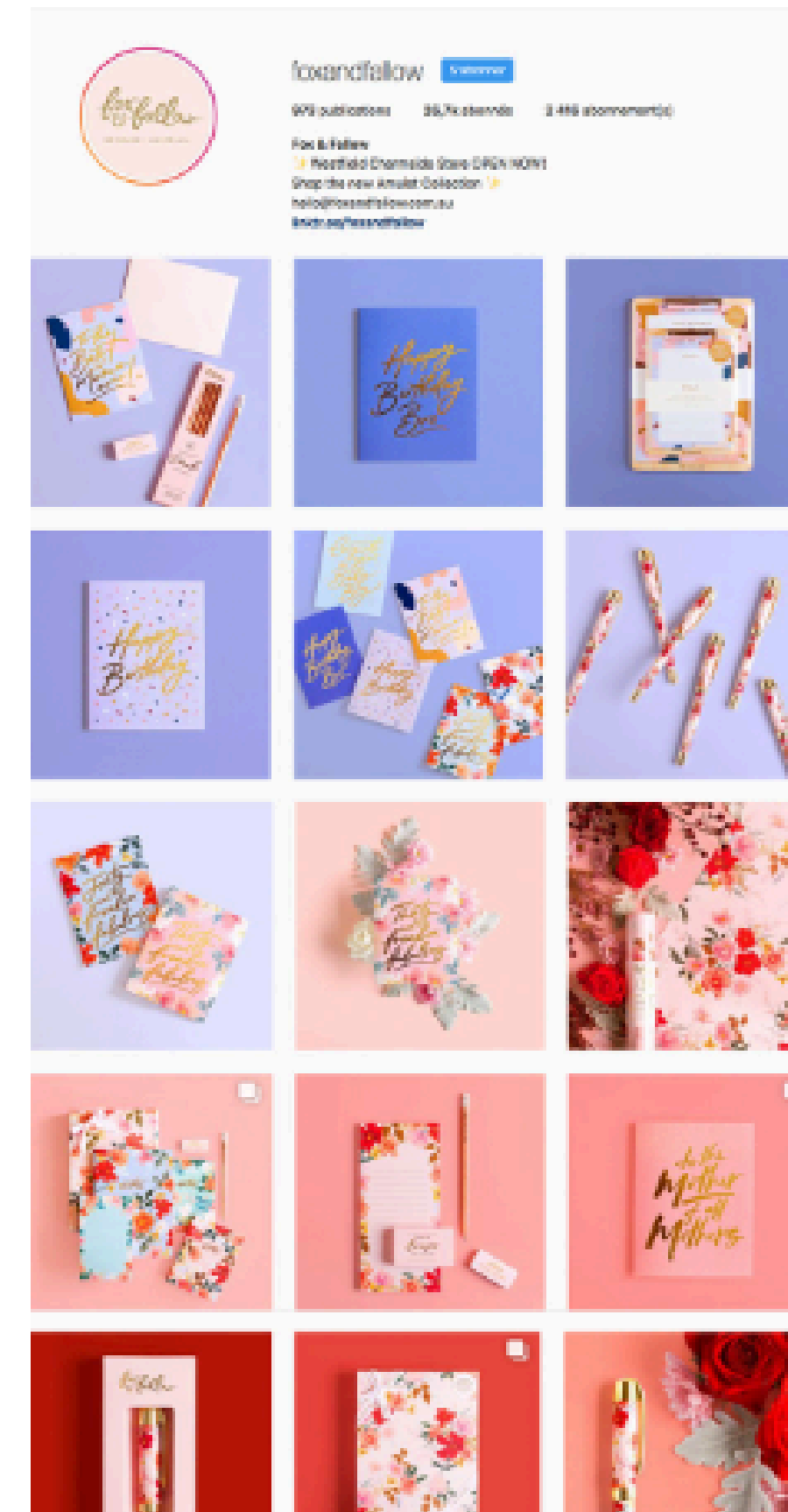
- 1 **Quel contenu , Comment publier , ...**
- 2 **Astuces**
- 3 **Quel type de publications ?**



# Instagram

## Quel contenu, Comment publier ... ?

- Contenu varié -> Réels / Stories / Photos / vidéos / post en carrousel .
- Publier du contenu en accord avec **l'image de l'entreprise, ligne éditoriale** .
  - > Produits / services de l'entreprise .
- avoir un **feed cohérent** -> **couleurs** en commun, **publications ordonnées et travaillées** .Organiser le feed ( par lignes, colonnes, damier , avec bordures, en alternant entre le format paysage et portrait ...).
- **programmer les publications** à l'avance .







Astuces

# Instagram

- Publier du **contenu impactant** et pertinent (descriptions courtes , utilisation des **émojis** , importance du **visuel**).
- Utiliser des **hashtags** -> **référencement** , visibilité .
- **localiser** les photos .
- photos de **qualité** .
- Utiliser une **image de couverture** pour les réels .
- Utiliser les @ pour **identifier** un compte sur une publication .
- Choisir le bon **moment pour publier** ( Lundi / Jeudi -> 9-11H ) .
- **Interagir** avec sa communauté ( poser des questions , être réactif en cas de commentaires / messages ) .





# Instagram

## Quel type de publications ?

### Dès le départ :

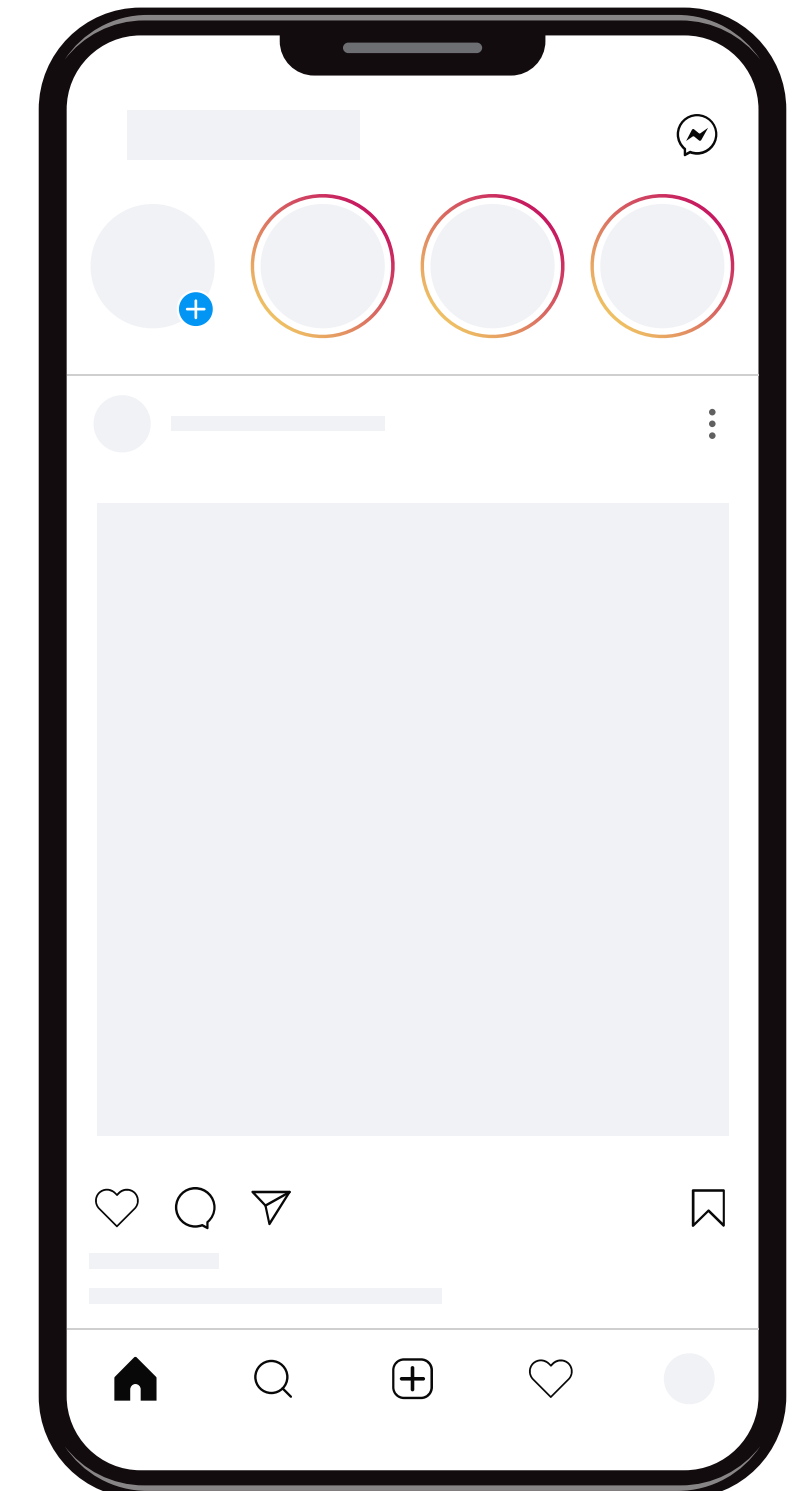
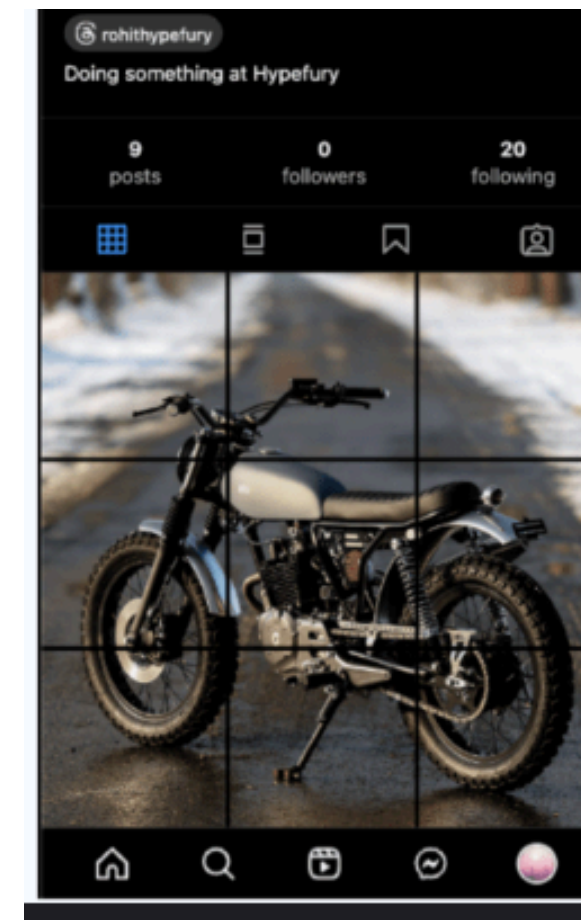
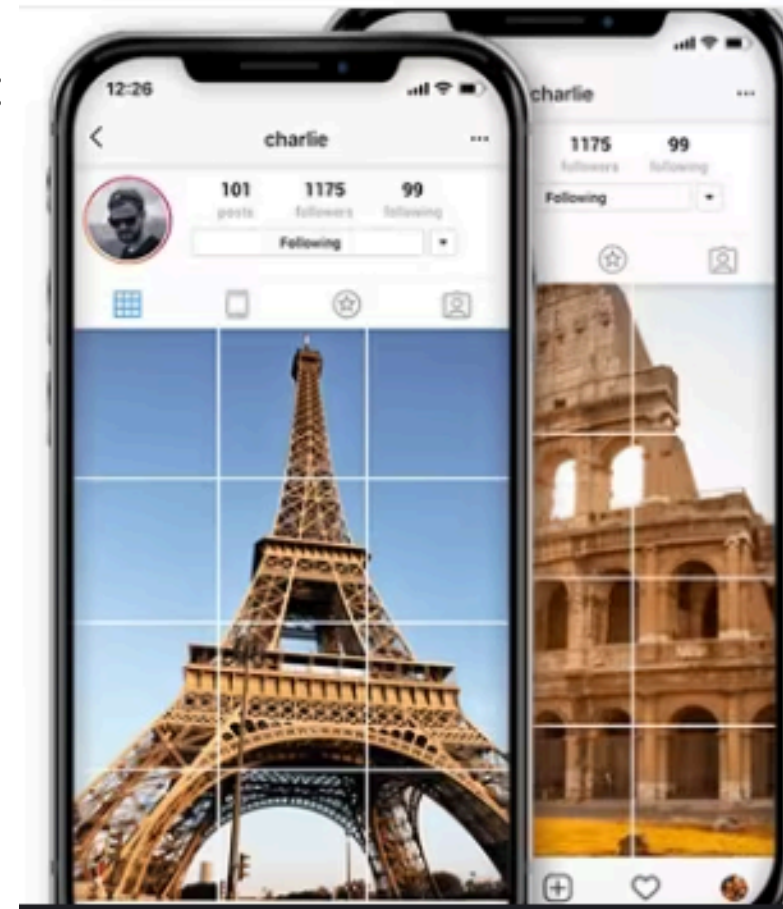
- 1 publication en carrousel (photos cohérentes + description brève/générale de l'entreprise)
- Différentes stories à la une qui présentent les différentes activités de l'entreprise

### Régulièrement ( chaque semaine ) :

- Une publication
- 1 stories/Réels

### Eventuellement :

- grids ( grilles )



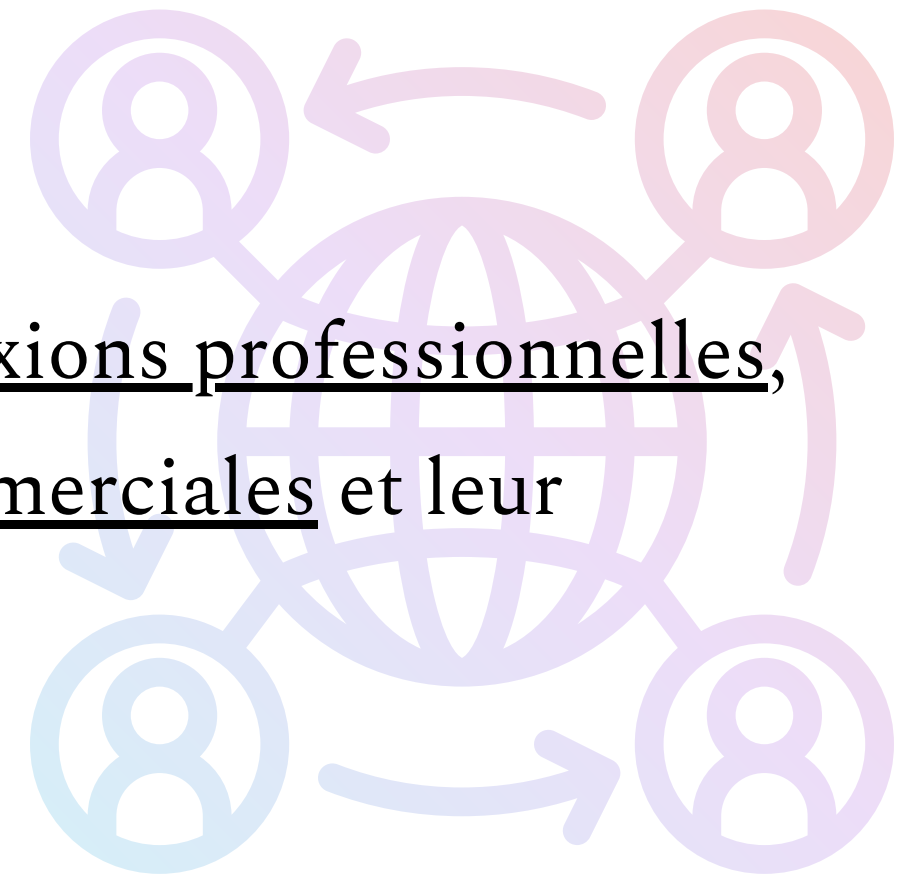


# **Pourquoi utiliser LinkedIn ?**

**LinkedIn** est un réseau social dédié aux entreprises et aux professionnels pour établir des relations d'affaires.

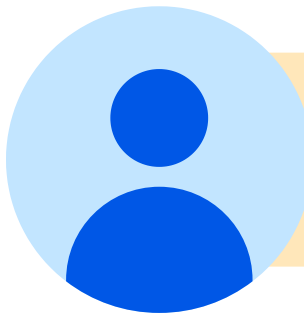
LinkedIn offre une visibilité précieuse aux entreprises, renforçant leur notoriété grâce à des publications ciblées et un réseau professionnel étendu.

Pour le **B2B**, c'est une plateforme incontournable qui facilite les connexions professionnelles, permettant ainsi aux entreprises de développer leurs opportunités commerciales et leur influence.



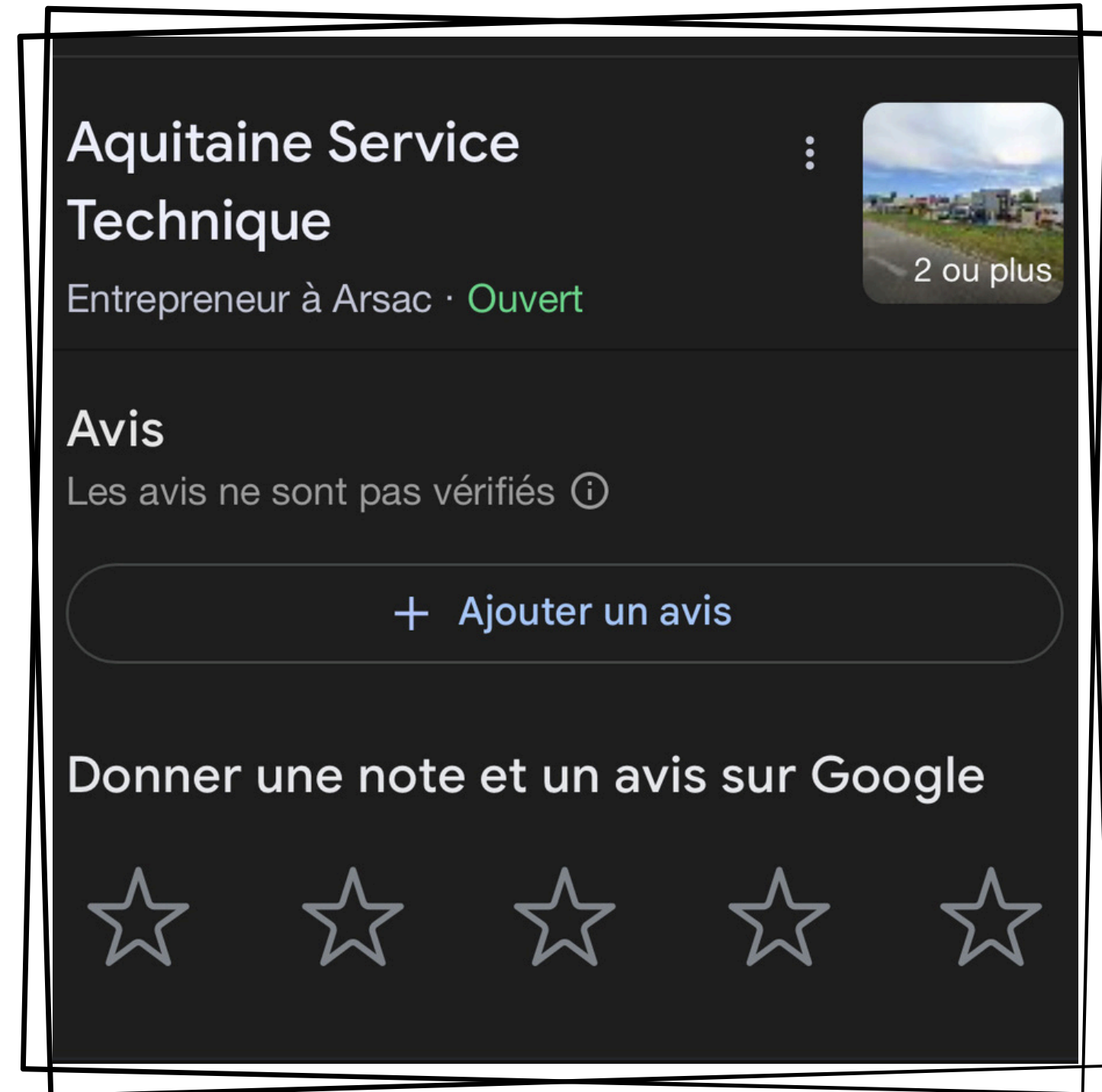


# AVIS GOOGLE:



## Importance des avis google :

Les avis Google Entreprise renforcent la **crédibilité** d'une entreprise en **influençant la décision des clients potentiels** et améliorent son **référencement local**. Ils servent de **preuve sociale** essentielle pour attirer et fidéliser une clientèle.





# Site E-Commerce

**Site vitrine** : Un site vitrine présente une entreprise, ses services et produits, pour informer, attirer des clients et renforcer sa visibilité en ligne.

**Site Marchand** : Un site marchand est une plateforme en ligne dédiée à la vente de produits ou services, intégrant paiement sécurisé et gestion simplifiée.

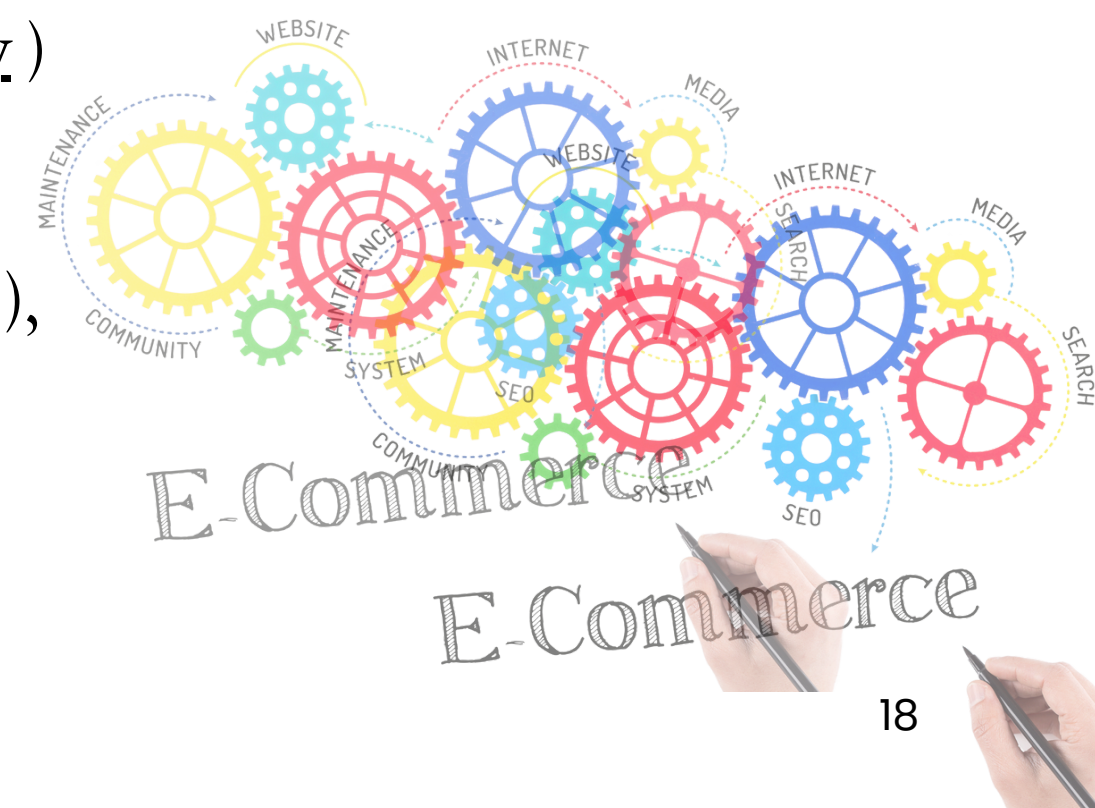


**Les différentes manières de créer un site marchand :**

1. Le créer avec un CMS ( WordPress, PrestaShop ). CMS = content management system ( système de gestion de contenu ).
2. Créer son site sans CMS ( Développeur ).
3. Créer son site via un Saas ( Modèles de sites personnalisables , exemple Shopify ).

**Quelle méthode privilégier ?**

La méthode la plus adaptée serait **l'utilisation d'un CMS** ( WordPress, PrestaShop ), en effet créer et gérer un site sans CMS est bien plus technique et la création d'un site via un Saas comme Shopify limite la personnalisation du site et pose des problèmes de SEO ( référencement ) et d'URL.





# CMS, SaaS :

Un **CMS** (*Content Management System*) est un logiciel que vous installez et gérez vous-même pour créer un site web, offrant une grande **flexibilité et personnalisation** mais **nécessitant des compétences techniques**, tandis qu'une solution **SaaS** (*Software as a Service*) est une plateforme tout-en-un, accessible via un **abonnement**, qui simplifie la gestion en prenant en charge **l'hébergement**, la **sécurité** et les **mise à jour**, au prix d'une personnalisation plus limitée. **WordPress** est le CMS le plus populaire au monde et représente plus de **40% des sites disponibles sur internet**.

PrestaShop, quant à lui, est un CMS français spécialisé dans le e-commerce.

Choisissez un CMS si vous avez besoin de flexibilité, de personnalisation et que vous pouvez gérer la technique. Optez pour une solution SaaS si vous préférez une plateforme clé en main, simple et rapide à mettre en place.

| Critères               | WooCommerce                         | PrestaShop                          | Shopify                              |
|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Type                   | Extension WordPress                 | Open-source dédiée à l'e-commerce   | Solution clé en main (SaaS)          |
| Coût                   | Gratuit (+ plugins/hosting payants) | Gratuit (+ modules/hosting payants) | Abonnement mensuel (+ apps payantes) |
| Facilité d'utilisation | Moyenne                             | Complexe                            | Très facile                          |
| Personnalisation       | Très flexible                       | Très flexible                       | Limitée                              |
| Hébergement            | À gérer soi-même                    | À gérer soi-même                    | Inclus                               |
| Support                | Communauté large                    | Communauté active, support payant   | Support 24/7 inclus                  |
| SEO                    | Excellent                           | Bon                                 | Moyen                                |
| Public cible           | Tous (surtout WordPress users)      | Moyennes et grandes entreprises     | Débutants et petites entreprises     |



# Référencement site web



## SEO : Search engine optimization (Référencement naturel )

Le **SEO** (Search Engine Optimization), ou **référencement naturel**, est un ensemble de techniques pour aider un site web à apparaître parmi les premiers résultats quand quelqu'un fait une recherche sur Google ou un autre moteur de recherche.

- **Mots-clés pertinents** : Utiliser les mots-clés que les utilisateurs recherchent dans les titres, descriptions et contenus.
- **Structure du site** : Avoir un site bien organisé, facile à naviguer, avec des URL claires et des balises (comme <h1> pour les titres) bien utilisées.
- **Optimisation mobile** : S'assurer que le site est adapté aux téléphones et tablettes, car Google privilégie les sites **responsive**.
- **Méta-descriptions** et balises : Ajouter des descriptions aux pages et des balises pour que Google comprenne mieux le contenu.
- **Images optimisées** : Utiliser des images légères avec des noms de fichier descriptifs et des textes alternatifs (balise alt).
- **Mise à jour régulière** : Publier du contenu fréquemment pour que le site reste actif et pertinent.

Appliquer ces bonnes pratiques peut grandement **améliorer la visibilité d'un site sur les moteurs de recherche** .