

1 – Créer une page Facebook

➤ Créer une page et non un compte

Les comptes doivent être réservés aux personnes physiques et non aux structures car :

- Les comptes n'appartenant pas à une personne physique peuvent être à tout moment supprimés par Facebook
- Les pages permettent une exploitation plus étendue des données statistiques
- Les pages permettent le partage d'articles de presse
- Les pages possèdent des « fans » et non plus des « amis »

➤ Comment créer la page

Idéalement

- Créer 1 ou 2 comptes perso (différents de leur compte personnel !) au nom des personnes chargées de la création puis de la gestion de la page (il est préférable d'avoir 2 comptes en cas de blocage de l'un d'entre eux)
- Ouvrir ensuite la page dont ils seront les administrateurs

Si la structure a déjà ouvert un compte

- On peut transformer un compte existant en page officielle
- On peut fusionner plusieurs pages
- On crée également 1 ou 2 comptes perso pour les administrateurs

➤ Créer de l'audience

Pour avoir une adresse référencée pour la page, il faut avoir au minimum 30 abonnés

- Lancer directement via Facebook un mailing automatique pour annoncer la création de la page. Ce mailing peut-être envoyé à partir d'un fichier Excel, d'une liste de contacts de messagerie ou d'une autre source
- Faire connaître la page à travers tous les autres supports de communication de la structure
- Privilégier la simplicité et la rapidité d'accès à la page

➤ L'accroche visuelle de la page

Le nom

- Choisir un nom facilement identifiable, même si ce n'est pas le nom exact de la structure (ex : Mission Locale de Blois ou de Romorantin plutôt que Mission Locale du Blaisois ou du Romorantinais !)
- Mettre en avant la dimension territoriale

Le visuel

- Faire apparaître le logo officiel de la structure
- Choisir un visuel de profil pertinent (photo ou autre support graphique optimisant l'identification rapide de la structure)
- Choisir éventuellement un visuel de couverture plus symbolique

Le texte « à propos »

- Donner des informations pratiques (coordonnées, horaires...)
- Présenter l'offre de services

2- Les paramètres de sécurité

Ils seront définis en fonction de la « charte » de chaque structure et du temps dédié à l'animation et à la gestion de la page

Ils doivent être contrôlés régulièrement, Facebook les modifiant très souvent

➤ Publications et commentaires

Paramétrages

- Il est possible de bloquer les publications (de statuts, images, vidéos...)
- Il n'est pas possible de bloquer les commentaires sur les publications de la structure
- Il est possible de paramétrer des notifications afin que toutes les publications soient validées par l'administrateur, ce qui permet de les filtrer
- Il est possible d'être alerté par mail dès qu'un commentaire est publié

Que choisir ?

- Est-il bien utile pour une structure de laisser tout le monde publier ?
- Permettre les publications crée de l'interactivité et de la convivialité, ce qui est fondamental pour les utilisateurs de Facebook
- Mais permettre les publications peut générer des contenus discréditant la structure
- La possibilité de valider les publications et d'être alerté sur les commentaires sécurise la page
- Ne pas bloquer les publications nécessite un vrai temps de travail dédié à de la veille

➤ Messages privés

- Ils permettent d'interagir directement et de façon individualisée sur des questions plus personnelles
- Ils permettent d'échanger avec d'autres structures du réseau
- Leur suivi demande une veille régulière, les réponses ne pouvant excéder 48h

➤ Photos et vidéos

Il est important de les désactiver pour empêcher qu'elles ne soient marquées ou utilisées par des personnes non autorisées

3 – Le contenu

➤ Rythme des publications

- Les structures doivent publier au minimum 2 fois par semaine, en évitant les posts en saccade
- Les meilleurs horaires de publication sont le mardi en fin de matinée et le vendredi en fin d'après-midi

- Il est important de systématiser le rythme de certaines publications (ex : agenda culturel le vendredi après-midi)
- Il existe des fonctions de programmation pour qu'un post soit publié à date et heure souhaitée.
A utiliser
 - pour systématiser la publication de certaines infos
 - Pour ne pas perdre d'audience pendant les vacances de l'administrateur

➤ **Contenu**

Développer la convivialité

- Choisir un ton convivial (ni trop formel, ni trop impersonnel, mais sans tomber dans la camaraderie)
- Accompagner les publications d'une « phrase d'accroche » favorisant la sensation de personnalisation et de proximité
- Utiliser des visuels : une publication avec photo ou, encore mieux, avec vidéo, est plus regardée

Choisir le contenu des infos

- Il sera défini en fonction de l'offre de service et des objectifs des structures
- Eviter les thèmes trop formels ou généralistes pour favoriser l'intérêt, la convivialité et les interactions
- Ne pas livrer la totalité des infos pratiques de façon à susciter des contacts
- Marquer les différentes thématiques avec des icônes spécifiques

Se soutenir entre structures

Pour augmenter l'audience, il est très important d'avoir un réseau de comptes ou pages Facebook d'autres structures qui vont visiter, liker et partager les publications