

Facebook ... en 5 points

Pour vous aider à débiter

Profil personnel
Page
Groupe
Trucs & Astuces
Liens pertinents

Cindy Rivard
Communicatrice
Entrepreneure
Consultante & Formatrice
Gestionnaire de communauté

Profil personnel

Pourquoi être sur Facebook?

La question se pose au niveau personnel au même titre qu'on l'on doit se la poser avant de faire le saut vers les réseaux sociaux pour des raisons professionnelles ou d'affaires. Si vous ne répondez pas à cette question, vous ne serez pas en mesure d'ajuster les paramètres de votre compte en fonction de votre réponse.

Que voulez-vous? Rester en contact avec vos vrais amis et votre famille ou développer votre réseau de contacts? Qui allez-vous accepter comme « ami »? Comment allez-vous refuser les demandes d'amitié? Comment allez-vous gérer toutes ces personnes?

Quoi?! Vous pensiez que c'était simple? Ce n'est pas simple si vous voulez bien faire les choses...

Organiser vos paramètres



Situé en haut à droite de votre écran, l'onglet compte n'est pas visité assez souvent. Commencez par organiser vos paramètres de compte et vos paramètres de confidentialité de façon à ce qu'ils correspondent aux raisons pour lesquelles vous êtes sur Facebook.

Retournez y faire un tour régulièrement pour vérifier si tout est encore en place. Facebook est un outil gratuit, régi par ses propres lois et il arrive assez souvent que vos paramètres soient modifiés sans que vous ne le sachiez.

C'est votre responsabilité.

Mon compte

1.

- Paramètres
- Réseaux
- Alertes**
- Mobile
- Langue
- Paiements
- Publicités Facebook

Alertes

Pour contrôler les notifications que vous recevez de Facebook et des applications Facebook, utilisez les options ci-dessous. Descendez jusqu'en bas de la page pour enregistrer vos modifications.

Envoyer les notifications par :

Courriel :

[Envoyer des notifications à votre téléphone par SMS.](#)

Envoyer une notification lorsque quelqu'un :

2.

	Courriel	SMS
f Facebook		
Vous envoie un message	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vous ajoute comme ami(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confirme une invitation d'ajout à la liste d'amis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publie sur votre babillard	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vous pike	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Vos **paramètres de comptes** se trouvent ici. N'oubliez pas qu'il y a plusieurs onglets à vérifier.
2. Je mets l'accent sur l'onglet **Alertes**, un onglet qui est souvent oublié. Si vous trouvez que vous recevez beaucoup trop de courriels en provenance de Facebook, la raison se trouve ici. Par défaut, Facebook suppose que vous voulez recevoir un courriel pour absolument tout ce qui se passe sur votre réseau. À vous de lui dire le contraire et de sélectionner uniquement les informations qui vous semblent pertinentes.

Paramètres de confidentialité

Lorsque vous cliquez sur « paramètres de confidentialité » sur votre écran en haut à gauche, vous avez cette image qui apparaît. Elle vous donne un aperçut de la confidentialité de vos différentes informations. Pour changer ces informations, cliquez simplement sur « personnaliser les paramètres. »

	Tout le monde	Amis et leurs amis	Amis seulement	Autre
Mes statuts, photos et publications			*	
Biographie et citations	*			
Famille et relations			*	
Photos et vidéos dans lesquelles je suis identifié(e)				*
Opinions politiques et religieuses			*	
Date de naissance				*
Commenter mes publications			*	
Lieux dans lesquels j'indique me trouver [?]				*
Coordonnées			*	

 [Personnaliser les paramètres](#)

 Ceci est votre paramètre  Clav

Personnaliser les paramètres

Il y a toute une série de paramètres à personnaliser, n'oubliez pas d'utiliser la barre de défilement pour aller jusqu'en bas! Pour chacun des postes, vous pouvez sélectionner qui aura accès aux informations.



The screenshot shows the 'Mes publications' section of Facebook privacy settings. It includes a sub-section 'Paramètre par défaut pour les publications telles que statuts et photos'. Below this are sections for 'Famille', 'Relations', 'Intéressé(e) par et À la recherche de', and 'Biographie et citations'. Each section has a dropdown menu to select the audience. An arrow points to the 'Amis seulement' dropdown in the 'Mes publications' section, which is open to show options: 'Tout le monde', 'Amis et leurs amis', 'Amis seulement' (selected), and 'Personnaliser'.

Si vous le désirez, vous pouvez même sélectionner quelques personnes seulement qui auront un accès privilégié à certaines informations. Lorsque vous cliquez sur « personnaliser » en bas du menu déroulant ci-haut, cette fenêtre apparaît :



The screenshot shows the 'Confidentialité personnalisée' dialog box. It has two sections: 'Montrer à ces personnes' (checked) and 'Ne pas montrer ce contenu à' (unchecked). The 'Montrer à ces personnes' section has a dropdown menu set to 'Certaines personnes...' and a search box containing 'moris'. Below the search box, a list of names is shown: 'Catherine Morissette' (highlighted) and 'Geneviève Morissette'. The 'Ne pas montrer ce contenu à' section has an empty search box. At the bottom, there are two buttons: 'Enregistrer le paramètre' and 'Annuler'.

Géolocalisation

Vous utilisez Facebook à partir d'un téléphone intelligent? Si vous ne voulez pas annoncer à tous vos contacts où vous êtes et quand vous y êtes, il faut désactiver les paramètres de géolocalisation qui sont, par défaut, actifs.

Attention donc aux points suivants dans vos paramètres de confidentialité :

1. Lieu dans lequel j'indique me trouver (Seulement moi)
2. M'inclure dans la liste des personnes présentes (Enlever le crochet)
3. Mes amis peuvent indiquer que je me trouve à certains endroits (Désactiver)

Comment refuser des contacts avec classe

Vous ne voulez pas créer de malaise en refusant un contact et ça vous empêche d'utiliser l'outil. Je vous propose deux options :

- 1- Vous pouvez tout simplement envoyer un message à la personne qui vous demande d'être son ami. On n'a pas à être ami avec quelqu'un pour lui envoyer un message. Dites-lui que ce réseau est réservé uniquement pour vos amis proches et la famille et non les collègues de bureau par exemple./Toute personne raisonnable comprendra cela et, de votre côté, vous n'aurez plus ce sentiment de culpabilité qui vous habitait avant.
- 2- Inscrivez un message clair dans votre biographie. Pour que ça fonctionne, vous devez cependant modifier vos paramètres de compte de façon à ce que votre biographie soit accessible à tout le monde (Réf. Page 5). C'est aussi un excellent moyen de diriger les gens vers votre page Facebook professionnelle ou votre site web.

Vous pouvez en visualiser un exemple à la page suivante.



Cindy Rivard

+1 Ajouter comme ami(e)

**Pour modifier votre
texte d'accueil**

Infos



Les personnes qui ne sont pas amies avec Cindy ne peuvent voir que certaines informations de son profil. Si vous connaissez Cindy personnellement, [envoyez-lui un message](#) ou [ajoutez-la comme amie](#).

 Modifier[Photos de moi \(13\)](#)[Vidéos de moi \(6\)](#)[Modifier mon profil](#)

Décider, ce n'est pas seulement choisir entre deux options. C'est vouloir agir sur le cours des choses.

Biographie

Vous voulez être mon ami?

J'en suis bien heureuse, mais avant j'aimerais vous inviter à vous interroger sur la raison pour laquelle vous voulez entrer en contact avec moi sur Facebook.

On se connaît à travers nos activités professionnelles, soit avec Oyez! Communication Formation ou MaltBroue ? Si vous désirez entretenir ce contact d'affaires, je vous invite à cliquer "j'aime" sur mes pages professionnelles.

<http://facebook.com/Oyezcommunication>

<http://facebook.com/Maltbroue>

Si vous désirez entrer en contact directement avec moi, c'est à travers mon profil personnel mais sachez que mes interventions sont plus éclatées et peuvent refléter divers aspects de ma vie.

À vous de choisir :-)

Page professionnelle

The image shows a composite of two parts. On the left, a smartphone displays the Facebook mobile app interface. Text above it reads: "Vous quittez votre ordinateur? Utilisez facebook.com sur votre cellulaire." Below the phone is a button that says "Utilisez Facebook Mobile". On the right, the desktop registration page is shown. It has a dark blue header with the Facebook logo and login fields for "Courriel" and "Mot de passe", with a "Connexion" button. Below the header, the "Inscription" section is titled "C'est gratuit (et ça le restera toujours)". It contains several input fields: "Prénom:", "Nom de famille:", "Votre courriel:", "Saisissez à nouveau votre courriel:", "Nouveau mot de passe:", "Sexe:" with a dropdown menu, and "Anniversaire:" with dropdowns for "Jour:", "Mois:", and "Année:". Below these is a green "Inscription" button. At the bottom of the registration page, there is a link: "Créer une Page pour une célébrité, un groupe ou une entreprise." A black arrow points from the text box below to this link.

facebook

Courriel Mot de passe **Connexion**

Garder ma session active [Mot de passe oublié?](#)

Inscription
C'est gratuit (et ça le restera toujours)

Prénom:

Nom de famille:

Votre courriel:

Saisissez à nouveau votre courriel:

Nouveau mot de passe:

Sexe: Choisissez le sexe :

Anniversaire: Jour : Mois : Année :

Pourquoi dois-je fournir ceci?

Inscription

[Créer une Page pour une célébrité, un groupe ou une entreprise.](#)

Utilisez Facebook Mobile

Vous quittez votre ordinateur?
Utilisez facebook.com sur votre cellulaire.

La question la plus souvent posée :
« où on va pour créer une page? »

C'est ici!

Ne vous en faites pas, Facebook est loin d'être l'outil le plus convivial qui soit en termes de navigation!

Ou encore : <http://www.facebook.com/pages/create.php>

Pourquoi créer une page?

- ✓ Pour garder un contact privilégié avec vos clients.
- ✓ Pour échanger avec vos clients et connaître leurs avis, questions et commentaires.
- ✓ Pour rester en mémoire quotidiennement avec vos clients et faire en sorte qu'ils pensent à vous et non à votre concurrent quand ils auront besoin de votre produit ou service.

Il est important de comprendre qu'une page Facebook n'est **PAS UN SITE WEB**.

- ✓ Vous n'êtes pas propriétaire de cet outil et Facebook peut décider de changer les règles quand bon lui semble
- ✓ Il y a 500 millions de personnes dans le monde qui utilisent Facebook alors qu'il y a 3 milliards de personnes qui utilisent le web. Ne laissez pas de côté le web au profit de Facebook seulement.
- ✓ Ce que vous dites sur votre page Facebook n'est souvent vu que par vos adeptes. Faites le calcul, vous en avez combien?

Le succès d'une page Facebook repose sur votre capacité à développer une relation avec vos adeptes de façon à ce qu'ils partagent vos informations à leur tour sur leur propre profil. C'est ce qui vous permettra de vous faire connaître auprès d'autres clients potentiels. Ces clients potentiels ne viendront pas spontanément à vous parce que vous êtes sur Facebook. Seuls les marques ayant une notoriété déjà bien établie ont ce privilège.

Six ans après son lancement public, Facebook a officiellement atteint le nombre sans précédent de 500 millions de membres le 21 juillet 2010.

Pour gagner des adeptes

Il y a évidemment quelques petites choses que vous pouvez faire pour gagner des adeptes.

- ✓ **Mettre une bannière sur votre site web**

Étape 1 – <http://www.facebook.com/badges/>

Étape 2 – Choisir « Badges pour les pages »

Étape 3 -

The screenshot displays three examples of Facebook badges, each with a preview, a code snippet, and a 'Modifier cette bannière' link.

- Example 1:** Preview shows a 'facebook' badge with a 'O! 9n' logo. The code is `<!-- Facebook Badge START --><a href="http://v`. A black box with white text says 'Code à coller dans votre site' with an arrow pointing to the code.
- Example 2:** Preview shows a 'facebook' badge with a 'yez!' logo and a person's face. The code is `<!-- Facebook Badge START --><a href="http://v`. A black box with white text says 'Pour modifier votre bannière' with an arrow pointing to the 'Modifier cette bannière' link.
- Example 3:** Preview shows a 'facebook' badge with a 'MALT BROUE' logo. The code is `<!-- Facebook Badge START --><a href="http://v`.

✓ **Promouvoir votre page dans vos communications traditionnelles**

Beaucoup plus simple avec un nom qui a du sens, alors dès que vous avez 30 adeptes, rendez-vous à cette page pour faire la demande d'un nom de profil personnalisé : <http://www.facebook.com/username/>

✓ **Faire un concours ***ATTENTION*****

Si je n'en parle pas, beaucoup vont penser que j'ai omis cette option. Cependant je vous invite fortement à vérifier les conditions d'utilisation de Facebook. Les règles de Facebook changent constamment, on peut stipuler par exemple, qu'il faut faire de la publicité sur Facebook pour avoir le droit de faire un concours, ou encore que le concours doit être annoncé sur un onglet autre que le babillard de la page. Soyez vigilants.

Que peut-il arriver si vous ne respectez pas les règles. Facebook peut fermer votre page. C'est déjà arrivé.

De plus, un concours doit être très bien réfléchi pour avoir l'impact voulu. N'oubliez pas que l'efficacité d'une page se révèle à la qualité de vos adeptes. Un concours peut vous amener un nombre intéressant d'adeptes rapidement, mais sont-ils là parce qu'ils aiment votre produit et vont l'acheter ou seulement pour courir la chance de gagner votre prix et vous oublier ensuite?

✓ **Faire de la publicité sur Facebook**

C'est une possibilité à étudier, mais les mêmes recommandations s'appliquent qu'au point précédent. Assurez-vous de cibler votre clientèle adéquatement pour que ce soit efficace. (Plus de détails en p.16)

On n'achète pas une communauté; on la mérite

- Mitch Joel

Gardez en tête que COMMUNAUTÉ est le mot à retenir. Une communauté est un lieu où les gens s'apprécient, échangent et s'entraident. De vraies relations quoi! Et ça, ça ne se bâtit pas d'un coup de baguette magique.

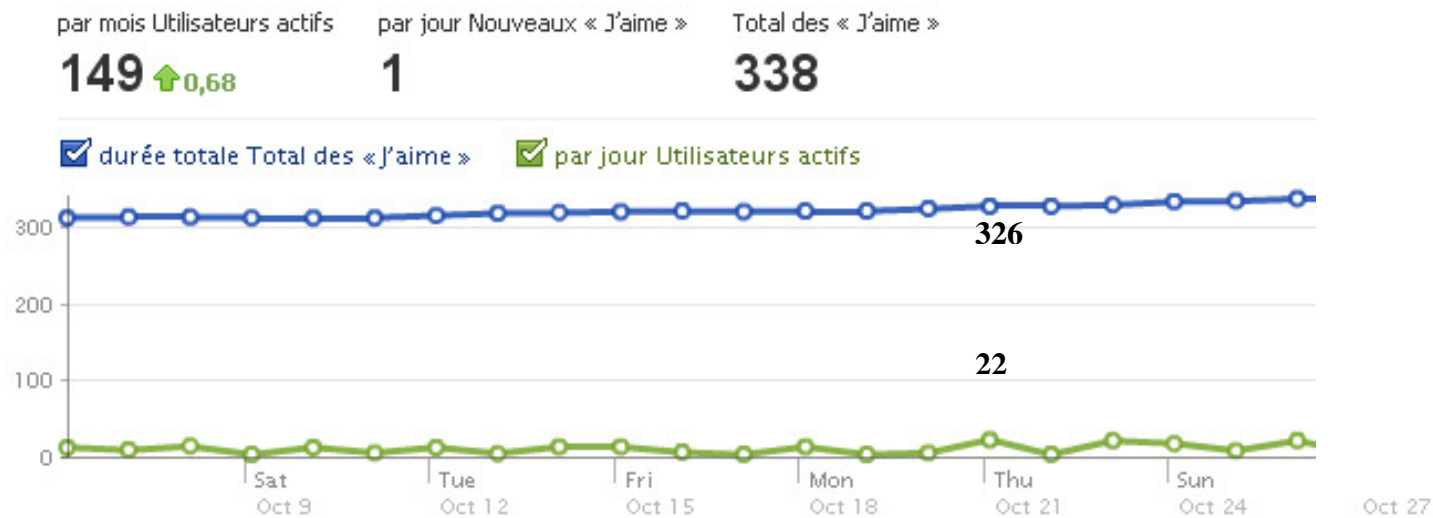
Les statistiques

Nombre d'utilisateurs – C'est évidemment toujours flatteur de voir la courbe des utilisateurs avoir une courbe ascendante constante, mais la vraie vie se joue à la ligne verte.

Jeudi le 21 octobre, il y a 326 adeptes pour 22 utilisateurs actifs. Ce n'est pas le nombre d'adeptes d'une page qui est important, mais plutôt ceux qui sont actifs. La qualité de vos mises à jour et leur constance (attention, je n'ai pas dit quantité), sont ce qui fera la différence. Si vous voulez voir votre progrès, c'est la ligne verte qu'il faut consulter.

Et n'oubliez pas qu'à plusieurs endroits dans votre page statistiques, vous pouvez avoir plus de détails en cliquant ici.

Utilisateurs [Voir les détails](#)



Vous trouverez entre autres, des données telles que le sexe, les tranches d'âge, les villes et les pays d'où proviennent vos adeptes ainsi que des données concernant l'affichage de la page.

Groupe

Pourquoi un groupe sur Facebook?

- ✓ Pour créer une communauté tissée serrée.
- ✓ Pour créer un groupe de travail.
- ✓ Pour appuyer un événement ponctuel ou une cause (les pages communauté peuvent maintenant servir à cette fonction).

Les groupes Facebook n'offrent pas de statistiques, ni d'url personnalisé.

3 niveaux de confidentialité : public, fermé et secret

- ✓ Le niveau public se passe de présentation.
- ✓ Le niveau fermé permet de montrer à toute la communauté Facebook que votre groupe existe ainsi que les personnes qui en sont membres, mais vous n'aurez pas accès aux informations qui y sont partagées.
- ✓ Le niveau secret ne révèle aucune de ces informations.

Attention cependant : le groupe secret n'est pas si secret que ça puisque les membres du groupe peuvent inviter à leur tour d'autres personnes à devenir membres de ce groupe « secret »

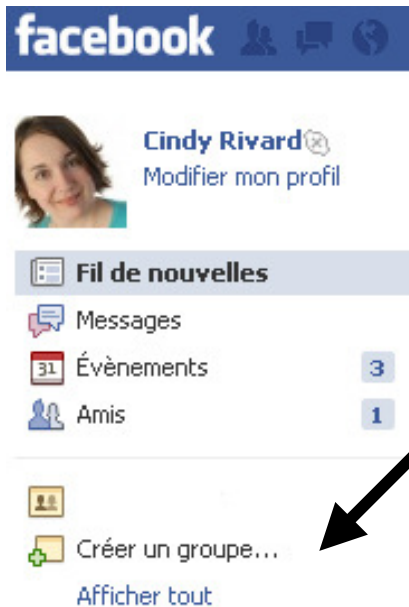
Travail collaboratif

- ✓ Clavardage en groupe.
- ✓ Travailler un document à plusieurs.

Notification - Les membres du groupe reçoivent une notification lorsque vous écrivez sur le babillard. Le babillard devient donc utile contrairement à l'ancienne forme de groupe.

Adresse courriel - Attribuée à chacun des groupes, elle permet de publier quelque chose sur votre babillard sans même visiter le groupe en question.

Comment créer un groupe?

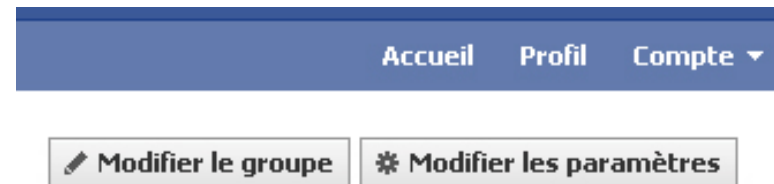


1 - À partir de votre profil, cliquez sur créer un groupe sous votre nom.

2 - Nommer votre groupe, invitez les premiers membres et choisissez votre niveau de confidentialité.

Chaque membre pourra par la suite inviter d'autres personnes à devenir membre. C'est un avantage pour grossir vos rangs, mais un inconvénient si vous désirez un groupe confidentiel.

Par la suite, pour modifier votre groupe, vous n'avez qu'à choisir une des deux options offertes en haut de votre écran, à droite.



Trucs et astuces

- ✓ Facebook est un outil pour entrer en communication avec les gens, pas pour diffuser vos messages publicitaires de façon intensive. Tenez-en compte lorsque vous établissez votre stratégie.
- ✓ Les gens qui cliquent sur « J'aime » pour être abonné à votre page s'attendent à en retirer un bénéfice, que ce soit en terme d'information clé, de promotion ciblée ou d'amusement.
- ✓ Gardez en tête que lorsque vous publiez quelque chose, votre but est de susciter une réaction. Posez une question, apportez votre point de vue, invitez les gens à commenter ou à partager. Évidemment, tout doit rester assez subtil pour ne pas tanner vos adeptes. Ils pourraient vous masquer, c'est-à-dire se couper de vos publications qui apparaissent dans le fil de discussion de vos adeptes. Comme on sait que la plupart des gens ne retournent jamais sur une page après avoir cliqué sur « j'aime », votre lien est leur fil de discussion. Il ne faut pas se faire masquer!
- ✓ Sachez doser vos publications, mais soyez constant. Vaut mieux publier une fois par jour une information intéressante que 15 fois par jour des informations inutiles.
- ✓ Soyez patient! Une communauté, ça prend du temps à bâtir, mais une fois la relation solide, vous avez tout à y gagner.
- ✓ Au début, vous allez bâtir votre réseau en invitant vos propres amis, mais ne passez pas votre temps à les inviter à devenir adepte de votre page, ils ont le droit de ne pas être intéressés.
- ✓ Partagez les informations des autres. Donner est le meilleur moyen de recevoir. Si les informations de quelqu'un d'autre sont susceptibles d'intéresser vos adeptes, partagez! De plus, en mettant le @ devant le nom de la personne citée, vous l'aviserez automatiquement de votre gentillesse.

Liens pertinents

Groupe

[Groupe Facebook – version améliorée](#)

Page

[Comment ajouter un administrateur à votre page Facebook](#)

[Quelques idées pour booster votre page Facebook](#)

[Comment lier la section employeur à votre page Facebook](#)

[Facebook, cet incompris](#)

Publicité

[Comment et pourquoi faire de la publicité sur Facebook](#)

[Le guide pratique du marketing sur Facebook](#)

Nétiquette

[Le marketing de soi](#)

Si vous avez eu ce guide sur papier, vous pouvez trouver la version PDF avec lien vers les références sur le site web suivant : <http://www.cindyrivard.com/ebooks/>