

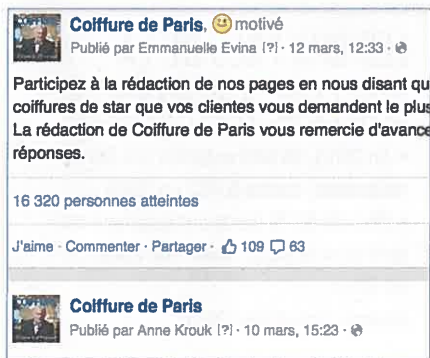
# Maîtriser Facebook *comme un pro*

Créer et gérer une page Facebook (FB) d'entreprise demande un minimum de connaissances. Voici quelques indications sur la marche à suivre.



## f ÉTAPE 1: CRÉEZ VOTRE PROFIL

Créez un profil, obligatoire pour gérer une page d'entreprise. En haut à droite, à côté du cadenas, cliquez sur le triangle inversé: « Créer une page ». Choisissez PME ou commerce local, selon la taille du salon. La catégorie qui se rapproche le plus est « spa/beauté », dans sous-catégorie, inscrivez « Salon de Coiffure ». Remplissez alors chacun des paramètres: horaires d'ouverture, adresse, contact... Personnalisez aussi l'URL de Facebook: [www.facebook.com/Salon-DeCoiffure-Art-Hair-MaVille.com](http://www.facebook.com/Salon-DeCoiffure-Art-Hair-MaVille.com). Il est important que les mots « salon de coiffure » apparaissent à cet endroit. Cela vous permettra d'être mieux référencé.



## f ÉTAPE 2: APPRENEZ LE LANGAGE FACEBOOK

C'est un langage cordial, optimiste et toujours incitatif à l'action (bouton aimer ou partager). L'orthographe doit être soignée. Il faut interpeller la cliente. Ne jamais publier de phrase fermée. « Sympa, le résultat! » NON. « Vous préférez la version brune ou la rousse? » OUI.

## f ÉTAPE 3: REPÉREZ VOS AMBASSEURS

Sachez que 90 % des utilisateurs sont passifs, 9 % vont réagir et 1 % sera pro-actif, partagera systématiquement vos infos et parlera de vous sans arrêt. Ce 1 % est à soigner. C'est un « ambassadeur »

### A SAVOIR

- **Un post réussi, c'est trois lignes max + une photo 1 200 x 900 pixels max pour être vite chargée sur mobile (ou une vidéo), une question, un hashtag # pertinent.**
- **Les statistiques permettent de poster le bon contenu au bon moment. Elles renseignent sur votre clientèle (âge, sexe...), pour mieux cibler les posts.**
- **Surveillez la concurrence/une marque référente sur Statistiques/Vue d'ensemble/Pages à surveiller.**
- **Citez les clientes avec @ quand vous les prenez en photo. Leurs amis verront le post de votre salon.**
- **Créez des albums de photos thématiques: coloration, avant/après, mariages, enfants...**

qu'on flatte, qu'on récompense. Likez les commentaires clients et répondez-leur.

## f ÉTAPE 4: ALIMENTEZ LA PAGE

En variant les types de contenu. Une coupe, une couleur, deux photos avant-après, l'avant-première d'un produit, une apprentie que vous présentez, un nouveau meuble, la dernière coiffure de Kate Middleton, un lien vers la vidéo de la page de votre fournisseur de shampoings, un article de mode sur les tendances du moment, sur le vernis kaki de



Chanel, le relais d'une information de votre ville, de l'association des commerçants... Tout ce qui touche à la vie de vos clients, à la localité. Et les jours où vous n'avez personne, lancez un code promo Facebook. Si les professeurs du lycée font grève, envoyez un code étudiant.

## f ÉTAPE 5: MONTREZ-VOUS

Il faut aller sur les pages des marques, les « liker » et publier sur leurs pages (mairie, CCI, fournisseur, franchise...): montrez que vous existez. Car, personne ne le fera pour vous. **Martine Carret**