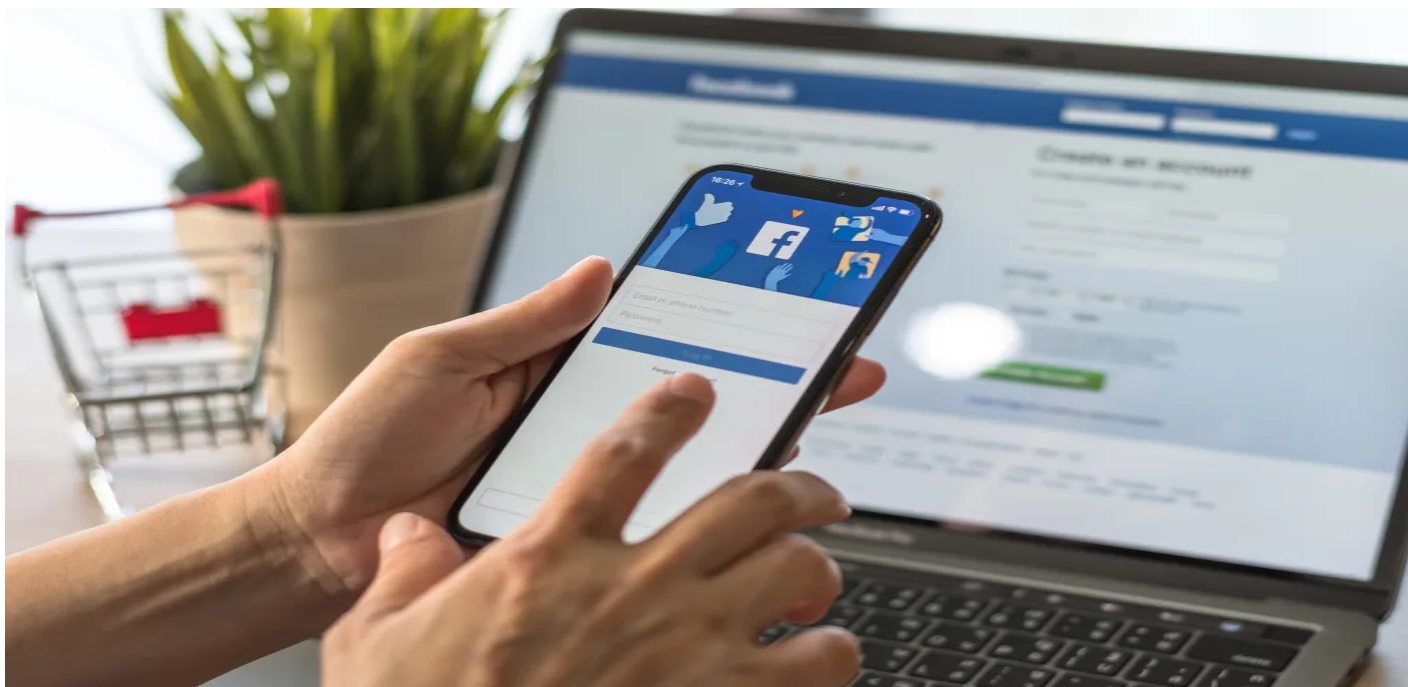




5 astuces pour bien gérer sa page Facebook

Bien gérer sa page Facebook est important pour une agence car elle permet au travers de ses publications et de ses interactions d'entretenir sa visibilité et de renforcer sa notoriété auprès de ses clients et prospects. Son enrichissement régulier et pertinent contribue à la bonne image de l'entreprise. Cette page est enfin un bon moyen de promouvoir ses produits et services pour accroître vos ventes.

1. Connaître l'audience de sa page

Le premier point important est de mesurer l'audience de la page Facebook de votre agence. Vous avez à votre disposition quelques outils comme les Insights de Facebook pour connaître le profil de vos abonnés : l'âge, le sexe, la localisation... Cela vous permettra d'adapter vos publications en conséquence. Leurs commentaires, les "J'aime", les partages et les clics de vos publications sont également autant de pistes sur les publications qu'ils aiment, les produits qu'ils recherchent, les idées de voyage qui les inspirent... Le fait d'identifier les publications et le format qui ont le plus de succès permettent de réitérer des publications ciblées qui auront une plus grande audience.

2. Publier du contenu varié et de qualité

Afin de montrer que votre page est active, il est primordial d'effectuer des publications régulières au fil de la semaine. N'hésitez pas à varier le format de celles-ci : images, texte, vidéos courtes, publicités, sujets liés à l'actualité, aux événements ou au calendrier... Les photos et les vidéos doivent être de bonne qualité afin d'attirer une plus grande audience. Les textes doivent être clairs, informatifs et engageants, une touche d'humour pouvant être un plus. L'utilisation d'une phrase interrogative dans votre post entraînera un meilleur engagement.

3. Engager votre communauté

N'oubliez pas de suivre les commentaires de vos abonnés. Il faut être réactif et y répondre quand ceux-ci posent des questions ou ont des interrogations. N'oubliez surtout pas de répondre aux éventuelles réclamations de vos clients qui utiliseraient ce canal. Vous pouvez également rebondir sur des publications ayant eu une forte audience afin de susciter encore plus d'intérêt sur un produit par exemple. Si des membres déposent des avis ou témoignages positifs, n'hésitez pas à les partager afin de donner une bonne image de vos services et des produits que vous commercialisez. En partenariat avec des destinations ou marques touristiques, vous pouvez enfin organiser des concours afin de booster votre audience et générer un retour maximal.

4. Mettez en scène la vie de votre entreprise

Ce peut être un plus de faire connaître le quotidien de votre agence. Dévoiler votre travail et celui de votre équipe sera ainsi l'occasion de montrer le sérieux de vos services, de mettre en avant votre savoir-faire dans l'élaboration de voyages à la carte, de donner vos bons plans et conseils de voyage, d'effectuer des recherches autour d'un produit ou d'une destination, de diffuser des vidéos de votre dernier éducteur car les histoires personnelles remportent plus de succès. Cette proximité incitera plus facilement vos membres à pousser la porte de votre boutique.

5. Optimiser votre heure de publication

Pour un meilleur impact de vos publications, il est recommandé de publier aux heures durant lesquelles vos abonnés sont les plus actifs. Vous pouvez ainsi faire des tests des jours et des heures afin de connaître les plages horaires qui entraînent le plus fort engagement de votre audience. Si vous êtes en déplacement ou débordé par le travail, vos publications sont par ailleurs programmables à l'avance en utilisant l'outil Facebook Business Suite.

Une analyse fine de votre audience et des publications qui remportent déjà une forte audience constituent ainsi un préalable à la bonne gestion de votre page Facebook. Celle-ci s'enrichira de posts réguliers de haute qualité, variés dans les formats afin d'accroître le nombre de vos membres et les engager dans une relation de confiance avec votre entreprise. Avec l'objectif final de développer votre notoriété et de générer des intentions d'achat. Mais pour cela vous pouvez aussi choisir de passer à l'étape suivante en lançant des campagnes de publicité payante en recourant à l'outil Facebook Ads Manager.

Pour aller plus loin

"La Boîte à outil du community manager" de Clément Pellerin dont la nouvelle édition est parue en 2024 chez Dunod. Le livre apporte 55 outils et conseils afin de trouver de nouveaux clients via les réseaux sociaux dont Facebook et de les fédérer autour de sa marque.