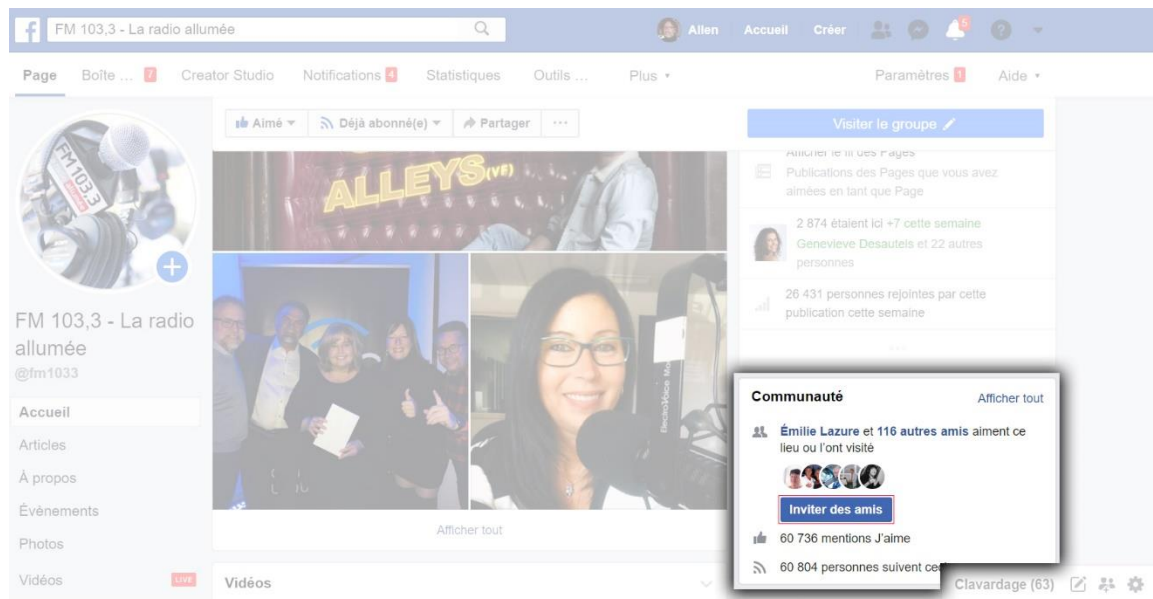


Comment augmenter votre base fans Facebook

Engagez votre famille, vos amis.es, votre personnel et vos fans à inviter leurs amis.es et leur famille à aimer votre page (voir infographie). OSEZ...

Pour l'occasion, je vous suggère d'attacher un jeu à cette opération marketing. Au FM 103,3 nous sommes passés de 9k fans à près de 40k fans en 6 mois. Aujourd'hui nous dépassons les 60k fans.



Lors de vos publications, les gens qui commentent et aiment ou partagent la publication, prendre soin de leur répondre en les invitant à aimer la page Facebook. Cette bonne pratique est également très efficace. Simplement ouvrir la liste d'émoticônes et cliquer sur le bouton « Inviter ».

Invitation à aimer FM 103,3 - La radio allumée



Tous les 45 🤔 29 😞 11 👍 3 😲 2

-  Mario Lef
3 ami(e)s en commun
Mention J'aime attribuée ⚙️ ▼
-  Julie Martin
Mention J'aime attribuée ⚙️ ▼
-  Chrystel Ricard → Inviter ⚙️ ▼
-  Nathalie Ducharme
1 ami(e) en commun → Inviter ⚙️ ▼
-  Éleine Veilleux
1 ami(e) en commun Invité(e) ⚙️ ▼

Consultez vos statistiques Facebook régulièrement pour voir si votre opération de séduction fonctionne bien, dans le cas contraire, vous pourrez réajuster le tir.

Choisir la bonne plateforme sociale.

- **Facebook** est la plateforme idéale pour publier des contenus visuels en utilisant des images et des vidéos qui suscitent plus d'engagement. Essayez Facebook Live et observez combien de gens s'y connecte en fonction de ce vous diffusez : artiste en direct, chroniqueur, politicienne ou politicien, etc. Facebook est une excellente plateforme pour rester en contact avec vos fans, augmentant leur engagement alors que vous les tenez à jour avec vos nouvelles, vos questions et réponses (Q & A) ou vos événements.

Lors de vos publications, il est recommandé de toujours ajouter un lien qui redirige vos fans sur votre propre site, là où vos contenus sont archivés alors que sur Facebook, vos contenus sont éphémères.

- **Twitter** utilise également des images et de la vidéo pour augmenter l'engagement. Ici, l'utilisation d'images de type GIF est autorisée, une bonne façon d'attirer l'attention rapidement pour susciter l'interaction.

- **LinkedIn** est une plateforme pour partager des contenus éducatifs, pas de photos de chats SVP... C'est l'endroit pour raconter vos histoires de succès, vos calendriers événementiels, vos conférences, vos webinaires professionnels.

- **Instagram** se veut ludique, un endroit idéal pour vos chats, bébés, selfies, courtes histoires en vidéo (59 secondes) ou encore un extrait de votre toute nouvelle chanson.

1. Déterminez le type de contenu que vous publierez.

- Visitez les pages de vos fans et notez le type de contenu qu'ils publient, qu'ils partagent, qu'ils aiment, qu'ils commentent, qui suscite de l'**engagement**;
- la bonne pratique est de publier différents formats de contenu et de noter ceux qui engagent le plus vos fans. Texte, image, son, vidéo, GIF animé ou infographie.

Voici quelques outils gratuits pour vous aider dans cette tâche :

- Texte : Open Office;
- image : Wikimedia Commons, https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page
- son : <https://www.audacityteam.org/> (Mac et Windows);
- vidéo : <https://www.01net.com/astuces/les-meilleurs-logiciels-gratuits-de-montage-vidéo-pour-windows-1223666.html>
- GIF animé : Microsoft GIF Animator, <https://microsoft-gif-animator.soft32.fr/>, GIFfun pour Mac, <https://giffun.fr.softonic.com/mac#tab-review>;

- infographie : <https://www.gimp.org/downloads/> (Mac et Windows), Inkscape <https://inkscape.org/> (Mac et Windows – images vectorielles comme Illustrator). Il y a également cet outil de création si vous n'avez pas beaucoup de connaissances en production. <https://www.canva.com/>.

Un article intéressant sur l'engagement à lire absolument : Engagement OSM par l'agence STRATÉGIES.

<https://www.grenier.qc.ca/nouvelles/18865/strategies-permet-a-losm-de-stimuler-lengagement>

2. Laissez-vous inspirer par d'autres pages professionnelles.

Avant de planifier vos contenus, prenez le temps de visiter les pages de vos concurrents ou des pages d'entreprises qui n'ont absolument rien à voir avec la vôtre, ou des pages qui vous inspirent personnellement. Inscrivez-vous à des infolettres sur les tendances du marché.

Envisagez le storytelling, un format tendance en 2019.

La proximité, l'impression d'un contact direct avec vous mettent en confiance vos *followers*. La confiance, un élément clé de la communication en 2019. C'est l'occasion de vous montrer sous votre vrai jour, de vous démarquer avec des contenus inédits.

Le storytelling est un contenu visuel ludique destiné à divertir. Éphémère, le storytelling à l'avantage de ne pas demander de grosses ressources pour le produire. Bien que moins soigné, celui-ci offre aux utilisateurs une expérience personnelle tout en stimulant l'engagement.

Son efficacité réside dans le discours sous forme de récit qui fait appel aux émotions et qui favorise la compréhension du message parce que les utilisateurs se focalisent sur le récit. Un bon storytelling doit capter l'attention de manière à stimuler la mémorisation des éléments, augmentant ainsi le taux de conversion.

À lire en complément.

- Contenus Facebook : les tendances pour 2019.

<https://blog.resoneo.com/2019/01/contenus-facebook-les-tendances-2019/>

- Les tendances 2019 sur les médias sociaux. <https://www.kabane.ca/les-tendances-2019-sur-les-medias-sociaux>.

- Le storytelling au cœur des stratégies des marques de luxe.

<https://archipel.uqam.ca/7804/1/M13990.pdf>

3. Mettez en place un calendrier de publication.

Le calendrier de publication vous permettra non seulement de bien planifier vos publications en fonction des différents événements annuels comme la Saint-Valentin, Pâques, la Fête nationale ou vos événements personnels, mais il vous sera également utile dans votre planification des ressources dont vous aurez besoin pour produire vos contenus. Produire des contenus spécifiques à un événement augmente l'engagement de vos utilisateurs.

Il est fortement recommandé de produire vos contenus à l'avance. Cette bonne pratique vous enlèvera le stress de dernière minute.

Il est recommandé de rester actif sur vos plateformes sociales, même si vous n'avez pas un événement spécifique cette journée-là. C'est alors le temps de publier des contenus à caractère plus léger comme vos brochures d'information, des statistiques, des études de cas ou du contenu plus ludique, le storytelling étant un excellent format pour ce type de publication.

4. Quand ajouter du contenu à votre calendrier ou le publier?

Je vous recommande de prendre le temps, une fois par semaine, pour adapter votre calendrier à votre stratégie de publication. Prenez cette habitude, car elle vous sera profitable. N'hésitez pas à programmer la diffusion de contenu à l'avance et à des heures stratégiques, celles où vos utilisateurs sont actifs sur vos médias sociaux.

Mettez à contribution vos collègues, n'hésitez pas à demander conseil. Visez la collaboration créative.

Soyez proactif, mais soyez également réactif en fonction de l'actualité. Plus vous serez préparé, moins vous serez pris au dépourvu, plus vous y gagnerez de la flexibilité.

Si jamais vous vivez une situation de crise, n'hésitez pas à mettre à jour votre calendrier de publication afin de vous adapter à cette situation temporaire.

5. L'analyse des résultats.

Une fois vos contenus produits et diffusés selon votre calendrier stratégique de publication, il est temps d'analyser vos résultats. Ces statistiques vous permettront de prendre connaissance de vos bons et moins bons coups, de

manière à vous orienter dans la bonne direction en apportant les correctifs nécessaires.

Que devriez-vous mesurer?

D'abord, fixez-vous des objectifs réalisables à court terme et faciles à mesurer.

- L'augmentation du trafic sur une page spécifique dans le cadre d'une campagne;
- le nombre de clics vers cette page;
- le canal qui aura généré le plus de trafic;
- votre publication la plus performante;
- le contenu le plus performant selon la plateforme de diffusion.

Voici un exemple des données les plus recherchées :

- La notoriété (portée, impressions, clics);
- la croissance des comptes sociaux (# de *followers*);
- l'engagement (commentaires, partages, réactions);
- objectifs d'une collecte (augmentation du nombre de dons, le montant total).

La collecte et l'analyse de toutes ces données sont indispensables, car celles-ci démontreront la valeur que vos plateformes sociales représentent pour votre entreprise.

Data Driven Audieny

Le marketing axé sur les données fait référence à des stratégies fondées sur des informations tirées de l'analyse de données volumineuses, collectées à travers des interactions et des engagements des consommateurs, afin de prédire les comportements futurs.

Comment ne pas manquer nos publications Facebook sur votre fil d'actualité mobile?

1. Aimez la page;
2. allez dans vos préférences (onglet « *livre* » au bas à droite);
3. cliquez sur l'icône roue (Paramètres et vie privée);
4. cliquez sur l'icône Paramètres;
5. plus bas, cliquez sur Paramètres du fil d'actualité (Préférences du fil d'actualité);
6. cliquez sur l'étoile *Choisir qui voir en premier*;
7. cliquez sur la bulle correspondante, une étoile s'ajoutera;
8. pour retirer une sélection, reprendre le processus et cliquez sur la bulle correspondante, l'étoile disparaîtra.

Outils gratuits

Banque de vidéos gratuites et libres de droits

<https://www.blogdumoderateur.com/mixkit-videos-hd-gratuites/>

Banque d'images gratuites et libres de droits

<https://www.blogdumoderateur.com/mixkit-art-illustrations-libres-de-droit/>

Unicons : une bibliothèque gratuite d'icônes vectorielles

<https://www.blogdumoderateur.com/unicons-bibliotheque-gratuite-icomes/>

Ressources, musique et logiciels de design gratuits.

<https://icones8.fr/>

Des documents du domaine public diffusés **sans restriction**. Cartes postales, photographies, livres, affiches, cartes géographiques, partitions musicales, enregistrements sonores, revues et journaux.

http://numerique.banq.qc.ca/p/domaine_public/

The best free stock photos & videos shared by talented creators.

<https://www.pexels.com/>

Images libres de droits & gratuites à télécharger.

<https://pixabay.com/fr/>

One place to find all the FREE stock. Images, videos, etc.

<https://allthefreestock.com/>

Thousands of Free High-Resolution CC0 Photos and Videos.

<https://isorepublic.com/>

Free design resources and software

<https://icons8.com/>

Comment détourer une photo en quelques clics? Trace.

<https://www.stickermule.com/trace>

Twitch Video Streaming - Lancer le direct n'a jamais été aussi facile

<https://www.twitch.tv/broadcast/studio>

Des photos libres de droits générées par AI.

<https://app.generative.photos/>

Wikimedia – Commons Files

<https://commons.wikimedia.org/wiki/Accueil>