

FaceBook

Pour le Marketing Digital



Sommaire

Facebook, un impact rapide avec une Page **Page 2**

Pourquoi à t-on besoin de Facebook **Page 3**

Facebook ADS & Google Annonces **Page 4**

Le marketing viral et Facebook **Page 5**

Obtenir du public ciblé **Page 6**

Avant-propos

Facebook étant une partie intégrante de la vie quotidienne de nombreuses personnes, les possibilités sont donc facilitées pour construire des relations avec ses clients.

C'est un réseau social où la vitalité est très forte, presque tout peut être présenté par ce média et ainsi attirer une attention immédiate.

Facebook, un impact rapide avec une Page



La création d'une page Facebook se fait facilement. Elle peut être opérationnelle en quelques minutes.

Bien sûr, pour qu'elle soit intéressante à consulter, il faut s'assurer que les informations affichées soient suffisamment attrayantes.

Une touche de créativité originale dans la présentation des contenus serait le petit plus qui ferait la différence.

L'avantage de Facebook à être tourné en communauté, fait qu'il peut y avoir des discussions constantes sur un de vos produits ou service.

Cette forme de publicité « gratuite » et non sollicitée peut être avantageuse, d'autant plus si les commentaires sont de nature positive.

Pourquoi à t-on besoin de Facebook

Etant l'un des médias sociaux les plus populaires et l'un des puissants, la Page Facebook est un outil formidable pour du marketing digital.

Un des avantages évidents est que ce qui y est commercialisé ne rencontre pas ou très peu de contrôle en termes de contenu.

A l'heure actuelle, il n'existe pas d'organisme de contrôle qui fournit les lignes directrices sur les choses à faire et à ne pas faire lors d'une présence commerciale.

Bien sûr certaines choses sont banni et risquent de vous faire exclure du réseau, comme :

- les discours de menaces ou incitant à la haine,
- la pornographie, les jeux d'argent,
- les produits médicaux et de soins de santé,
- les produits à base de tabac et accessoires,
- ou les offres d'emploi.

Facebook ADS & Google Annonces

L'un est connu comme le réseau social le plus populaire au monde tandis que l'autre est connu comme le moteur de recherche le plus utilisé au monde.

Les deux sont aussi des réseaux publicitaires aux implications mondiales, mais ces deux plates-formes sont très différentes dans le traitement publicitaire.

Certains considèrent Google Ads comme étant un peu fragilisés par la publicité Facebook. Il doit se battre pour conserver sa position de leader.

Les sites de réseaux sociaux semblent offrir un meilleur ciblage avec la probabilité d'être plus focalisé sur l'individu et leurs besoins. C'est une spécificité des réseaux sociaux par rapport à Google ADS qui est plus accès aux mots clés en général.

Les utilisateurs de Facebook ont tendance à avoir une «connaissance» plus spécifique des attentes spécifiques d'un visiteur et peuvent donc répondre en modifiant ses annonces très rapidement.

Cela se traduit par plus d'opportunités publicitaires pour le réseau de médias sociaux ce qui donnera de meilleurs retours sur investissement par rapport au réseau Google Ads.

Et pourtant, Google Ads est cependant encore plus efficace sur les données personnelles, mais il lui manque cette connaissance de la personnalité, cette information psychographique qui reflète la personnalité, les valeurs, les attitudes, l'intérêt et les modes de vie.

Le marketing viral et Facebook

C'est une technique marketing puissante, mais compliquée à mettre en place.

Quand ce sont les personnes qui relaient et diffusent votre offre commerciale à leurs proches, c'est qu'ils font votre travail à votre place, tout en louant les qualités de votre produit.

(le message de l'offre se diffuse comme un virus, d'où le terme de marketing viral).

C'est excessivement efficace en raison de l'expérience positive "personnelle" apportée à votre offre commerciale.

Si un média peut générer cette approche marketing rapidement c'est bien Facebook et sa structure, favorisant les échanges communautaires.

Obtenir du public ciblé

La publicité sur Internet est l'un des moyens les plus rapides et les plus efficaces d'atteindre le public cible souhaité. La promotion est la clé du succès.

Mais avec Facebook vous avez la capacité d'atteindre exactement le public souhaité.

Vous pouvez segmenter les personnes par leur âge, leurs intérêts, leurs emplacements géographiques, etc...
C'est la grande force de cette régie publicitaire.

Si l'on parle en coût, c'est l'une des plus abordables qui soient.

Et si vous vous formez à gérer les différentes composantes de cette régie publicitaire
(le retargeting, les audiences Insights, etc...)

vos futurs retours sur investissements seront décuplés.

Apprendre à trouver des clients sur Facebook

3h de tutoriels vidéos pour apprendre à augmenter votre notoriété, attirer des clients qui payeront pour vos services; prestations ou produits !

DETAIL DE LA FORMATION FACEBOOK

Module 1 - Les erreurs à ne pas faire quand on communique sur Facebook

Module 2 - les 5 outils pour booster notre communication sur Facebook

Module 3 - Comment trouver votre client idéal sur Facebook

Module 4 - Optimisez votre page Facebook et votre profil personnel

Module 5 - les types de statuts à créer pour montrer votre notoriété et pour obtenir de l'interactions

Module 6 - 4 méthodes pour trouver du contenu pour Facebook

Module 7 - 4 moyens pour avoir plus d'interactions sur Facebook

Module 8 - Accroître son listing client avec Facebook

Module 9 - préparer votre planning éditorial

Module 10 - 15min par jour pour trouver des clients - détail jour par jour

- De nombreux bonus
- Des fiches pratiques et exercices à réaliser en fin de chaque module

Découvrir !!