

# 16 ERREURS A NE PAS COMMETTRE SUR FACEBOOK



## Nos conseils pour tirer profit du réseau social n°1 au Luxembourg



60% des Luxembourgeois sont présents sur Facebook \* et vous n'avez pas encore franchi le pas pour votre entreprise ? Ou vous cherchez à en optimiser votre utilisation ? Suivez le guide !

### #1



#### Ne pas se fixer d'objectif

Vous devez vous fixer des objectifs précis et quantifiables. Vous aurez ainsi la possibilité d'analyser vos résultats et de mettre en place, dans un second temps, des actions correctrices.

### #3



#### Poster tous les 6 mois

Veillez à rester assez actif. A l'inverse de l'erreur #2, si vous publiez trop rarement, vous risqueriez de perdre des fans ou pire, de dégrader votre image de marque.

### #5



#### Oublier les visuels

Agrementez toujours vos publications de photos, de vidéos, d'infographies, etc. Le visuel attire l'œil et capte l'attention de vos fans. Les posts avec photos ont 50% de Likes supplémentaires. Vous pouvez aussi utiliser des carrousels de photos.

### #7



#### Publier sans stratégie

Vous devez mettre en place une stratégie cohérente. Avant de vous lancer, posez-vous les bonnes questions: qui sont mes clients ? Quel contenu privilégier ? Quelle fréquence de publication ? Enfin, mettez en place un calendrier éditorial pour avoir une vision globale de votre travail sur ce réseau.

### #9



#### Ne pas être réactif

Cette erreur est directement liée à l'erreur #8. Vous avez fait le choix de répondre aux commentaires, c'est très bien. Il faut maintenant le faire en temps et en heure. Si vous répondez 3 semaines après un commentaire négatif, il sera trop tard.

### #11



#### Se croire tout seul

Vous possédez une technologie révolutionnaire et unique ? Vous avez gagné 20 fans la semaine dernière mais gardez à l'esprit que vos concurrents sont aussi présents sur les réseaux sociaux. Faire une veille régulière est alors la clé pour rester leader.

### #13



#### Oublier l'expérience utilisateur

Faites la synthèse des erreurs #6 et #10 en parlant de vous mais sous forme de conseils. Et surtout proposez une expérience intéressante à vos fans: il existe de nombreuses pages Facebook et vous n'êtes pas seul sur votre marché, alors démarquez-vous en rendant la visite sur votre page unique.

### #15



#### Sous-évaluer la section "A propos"

Dans la section "A propos", vous mettez en avant qui vous êtes. Grâce à cette partie, vous avez la possibilité de donner à vos clients la raison d'être de votre société ainsi que des informations pratiques telles que votre adresse, vos horaires d'ouverture ou encore l'adresse de votre site web.

### #2



#### Poster 10 fois par jour

Vous avez beaucoup de choses à dire à vos clients. C'est très bien mais limitez le nombre de posts par jour. Vous risqueriez de passer pour un "spammeur" auprès de vos fans.

### #4



#### Acheter des fans

C'est tentant d'avoir en quelques jours des dizaines de fans. Mais pensez toujours que votre but est d'interagir avec des clients intéressés par ce que vous faites: être suivi par 100 "robots informatiques" et 3 clients n'a aucun intérêt. Si vous souhaitez investir sur Facebook, optez plutôt pour des Facebook Ads (publicité ciblée).

### #6



#### Parler uniquement de vous

Nous aimons tous parler de nous. Pourtant le client souhaite avant tout que vous lui parliez de lui. Il doit être le centre des attentions. Proposez lui des contenus divertissants et qui répondent à ses préoccupations. Gardez à l'esprit la règle des 20/80. Parlez de vous au maximum dans 20% de vos publications.

### #8



#### Ignorer les commentaires

Pensez toujours à répondre aux commentaires de vos fans. Le commentaire est positif ? Un remerciement est gratifiant. Il est négatif ? Prenez le temps de comprendre la personne et discutez avec elle. L'impact ne peut être, lui, que positif. Attention aux réponses teintées d'humour, elles sont à utiliser avec délicatesse.

### #10



#### Privilégier la quantité

Repensez aux conseils #2 et #4. Que ce soit en terme de contenu ou de fans, vous devez privilégier la qualité. Votre intérêt est de proposer des publications engageantes pour vos clients. En privilégiant la qualité, vous créez un cercle vertueux, bon pour votre business.

### #12



#### Utiliser un profil personnel

Il existe 2 types de compte: le profil personnel et la page entreprise. Utilisez la page entreprise pour votre business car elle comporte des fonctionnalités spécifiques (statistiques, audience) et des liens utiles. Si vous avez un profil personnel pour votre entreprise, allez vite le transformer en page professionnelle.

### #14



#### Confondre vitesse et précipitation

Lisez et imprégnez vous de conseils, mais faites bien la part des choses. Ce qui fonctionne pour une communauté peut ne pas fonctionner pour une autre. Le maître mot est "tester". Essayez pour voir ce qui fonctionne avec vos fans et ajustez votre stratégie si nécessaire.

### #16



#### Oublier de promouvoir la page

Créer et gérer votre page Facebook est la première étape. Dans un second temps, pensez bien à promouvoir votre page sur tous vos supports de communication: Emails, flyers, Google Adwords, autres réseaux sociaux, relations presse, etc. Chaque événement, chaque outil est une occasion de promouvoir votre page.

\*Statoc 2015

Toutes les infos pratiques et conseils marketing  
sont à retrouver sur

[www.partenaire-marketing.lu](http://www.partenaire-marketing.lu)