



ATELIER 16 SEPTEMBRE 2023

QUELLE COMMUNICATION POUR MIEUX LOUER ?



OBJECTIFS

En trois heures, nous allons aborder les incontournables des techniques de la communication digitale afin que vous découvriez :

- les stratégies qui fonctionnent
- les outils indispensables pour bien communiquer
- les incontournables à partager en ligne pour attirer vos futurs clients

ATELIER

01

Introduction

Présentation de notions à maîtriser

02

Créez simplement des contenus qui cartonnent !

- Trouver les bonnes idées et les mettre en scène
- Répondre aux attentes de vos prospects.

03

Maîtrisez les algorithmes des réseaux sociaux

Google My Business
Facebook et Instagram

04

Organisez votre stratégie

Faire simple, efficace et progresser

Céline Louise dit Lemière

COACH ET FORMATRICE

J'accompagne les indépendants à créer et mettre en œuvre leur stratégie de communication digitale depuis 2018

Coach et Formatrice en communication digitale : ateliers, formations et accompagnements sur mesure

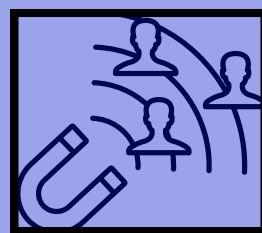
www.profilsdexperts.com - 06.09.93.20.23





Vos Objectifs

Prendre le temps de vous poser les bonnes questions concernant votre communication digitale : pourquoi, comment, combien, avec qui



Vos Prospects

Qui ? Pourquoi quelle raison ou expérience ? Quels sont leurs besoins, problèmes, envies ...



La Communication

Quelles sont vos moyens d'interactions actuels avec vos prospects et clients ? Quels sont vos moyens en temps, argent et personnes ?

ATELIER

01

Introduction

Présentation de notions à maîtriser

- SEO mot clé
- Objectifs de votre communication digitale
- Les réseaux sociaux en France

Location Cauterets

Quel Résultat ?

93% des recherches commencent pas une requête sur google depuis un téléphone



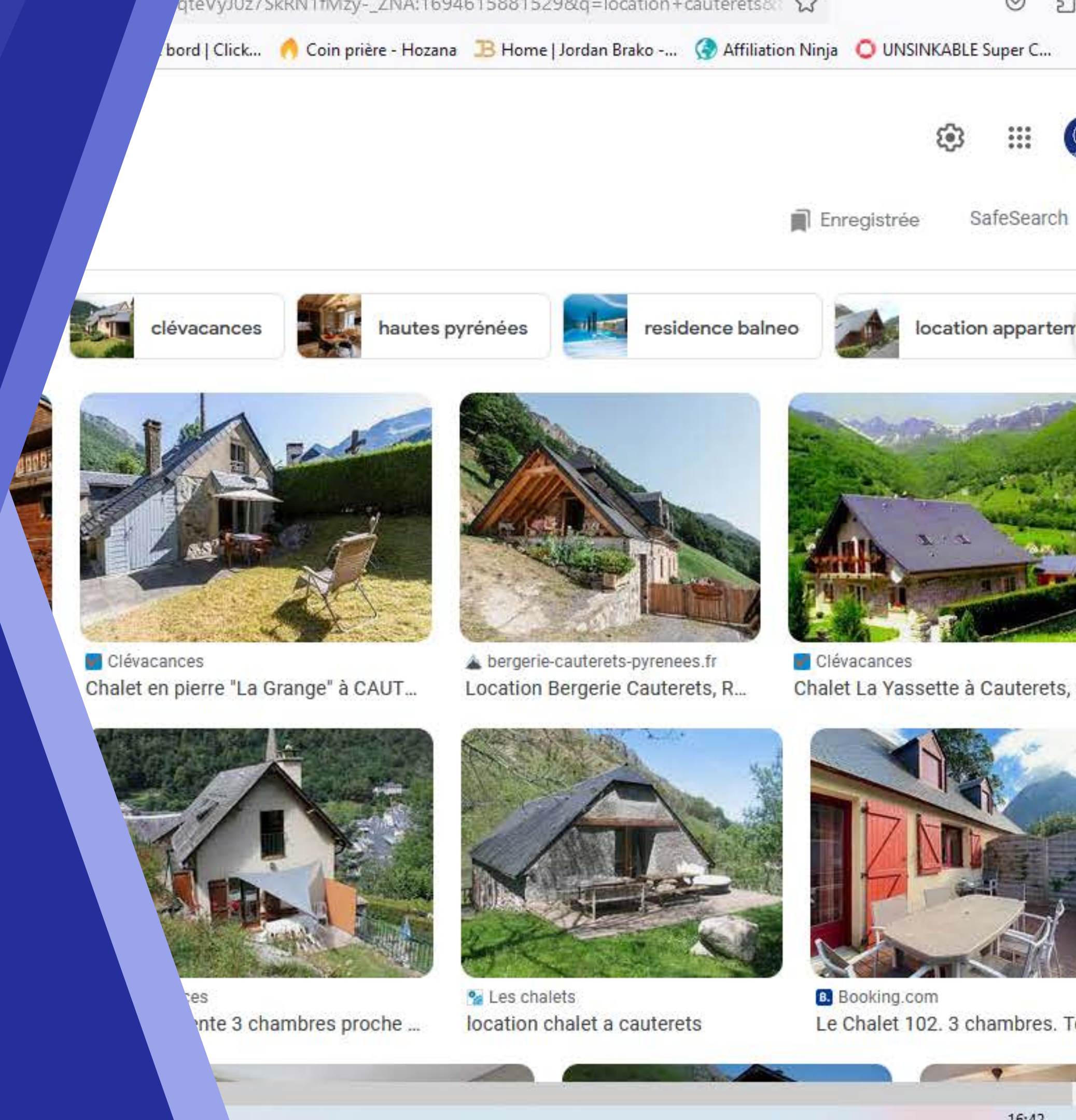
Le SEO

Search Engine Optimisation ou référencement



Google

Etre visible sur un support en ligne





location cauterets|

- location cauterets **particulier**
- location cauterets **le bon coin**
- location cauterets **airbnb**
- location **vacances** cauterets **office tourisme**
- location cauterets **pas cher**
- location **appartement** cauterets
- location cauterets **avec piscine**
- location cauterets **booking**
- airbnb**
- le bon coin**
- mappy**
- meteo france**

Autres recherches



Cauterets
Commune en France



Luz-Saint-Sauveur
Commune en France



Gourette
Station de sports d'hive...



Office de Tourisme de Ca...
Office de tourisme - 2...

Groupe 7 pers. Et +

Réservez logements grands groupes Pour les réunions et se retrouver

Sponsorisé

Booking.com

Signaler des

Analyse mots-clés : location cauterets

AJOUTER À LA LISTE

GÉNÉRER DU CONTENU AVEC L'IA

VOLUME DE RECHERCHE

2 400 MOYEN

DIFFICULTÉ SEO

50
Dernière Mise À Jour : Cette Semaine

DIFFICULTÉ PAYANT

51

COÛT PAR CLIC (CPC)

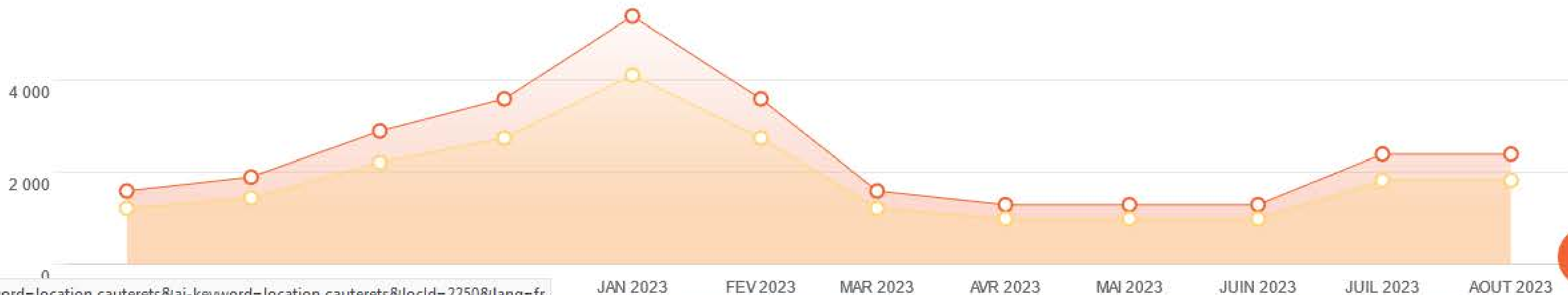
€0,73



La page Web moyenne qui se classe dans le top 10 possède **3 backlinks** et un **domain authority de 62**.

VOLUME DE RECHERCHE

Volume Mobile Volume Ordinateur



IDÉES DE MOTS-CLÉS

SUGGESTIONS | EN RELATION

MOT-CLÉ	TENDANCE	VOLUME	CPC
location cauterets particulier		480	
location cauterets airbnb		260	
location cauterets pas cher		210	
location cauterets le bon coin		170	
location cauterets booking		90	
location cauterets pied des pistes		70	
location cauterets clévacances		70	

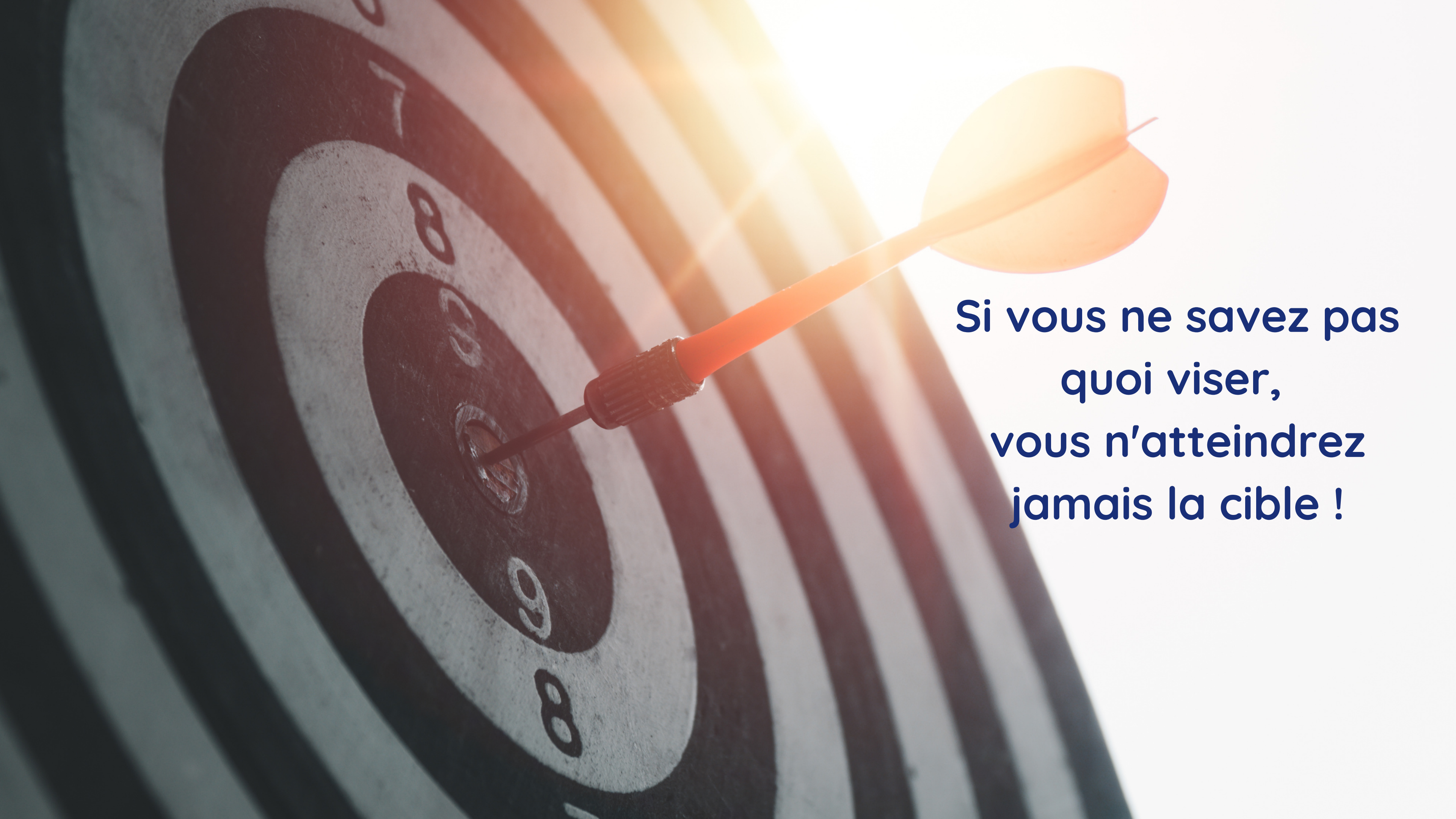


Les mots clés utilisés sont vraiment la clé de votre visibilité !

IDÉES DE MOTS-CLÉS

SUGGESTIONS | EN RELATION | QUESTIONS

MOT-CLÉ	TENDANCE	VOLUME	CPC	PD
location les cauterets		2 900	€0,56	
cauterets location ski		170	€0,00	
cauterets location vtt		110	€0,19	
cauterets location appartement		110	€0,68	
cauterets location vacances		110	€0,66	
locations cauterets pyrénées		40	€0,61	
location logement cauterets		20	€1,05	



**Si vous ne savez pas
quoi viser,
vous n'atteindrez
jamais la cible !**

Avoir des objectifs chiffrés

- augmenter de tant de % mon CA
- obtenir 3 contacts qualifiés par mois
- générer des demandes de devis
- doubler le nombre d'abonnés de ma page
- éditer une newsletter par mois
- filmer une vidéo par mois
- écrire un article sur un blog chaque mois
-



Loi de Pareto

80 %

des effets sont le produit de

20 %

des causes



Une qualité indispensable pour bien communiquer : l'empathie



Qui sont vos clients



Quels sont leurs besoins ?



Quelle est votre offre ?

6 questions à poser à vos prospects ou en découverte clients :

- Quels sont ses doutes, ses craintes sur vous, vos services ?
- Quels sont ses aprioris en général sur le thème abordé ?
- Quelles sont ses interrogations sur la réalisation du projet ?
- Quels sont ses rêves, ses envies, ses désirs ?
- Quelles sont les limites à son projet ?



Une qualité indispensable pour bien communiquer : Savoir parler de soi

- Qui êtes-vous ?
- Quelles sont vos valeurs ? (vision- mission)
- Quels sont vos services, vos produits, votre expertise ?
- Pourquoi faites-vous ce que vous faites ?
- Quels sont vos limites ?
- Quel est votre environnement ?
- Le territoire, les personnes : partenaires, associés, équipe...



Les Avis Clients : un critère qui compte de plus en plus



Les labels et prix d'excellence

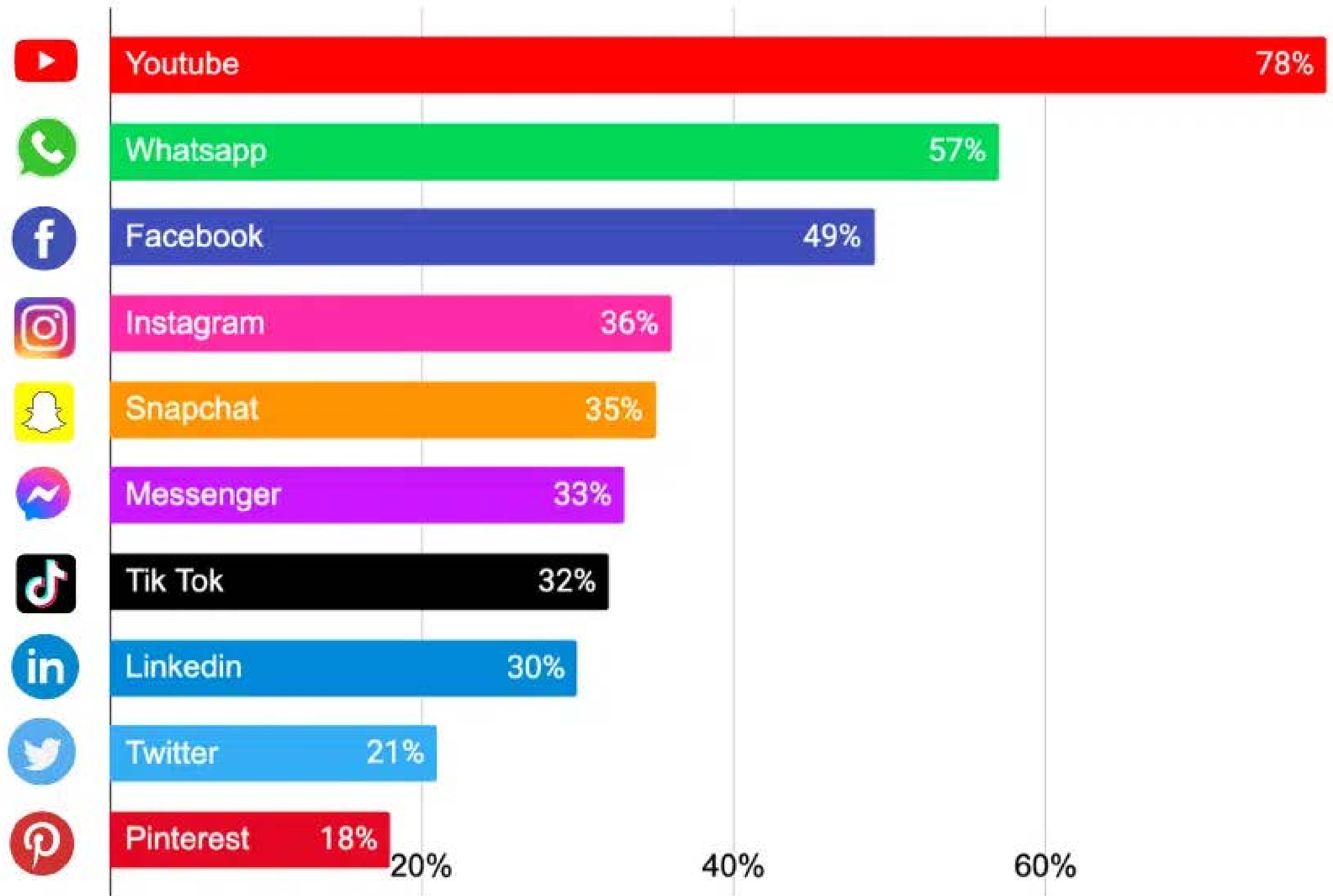


LABEL QUALITÉ
HÉBERGEMENT
CAUTERETS

Ce label s'appuie sur des critères qualitatifs :
esthétisme, confort, niveau des équipements et
services, etc..

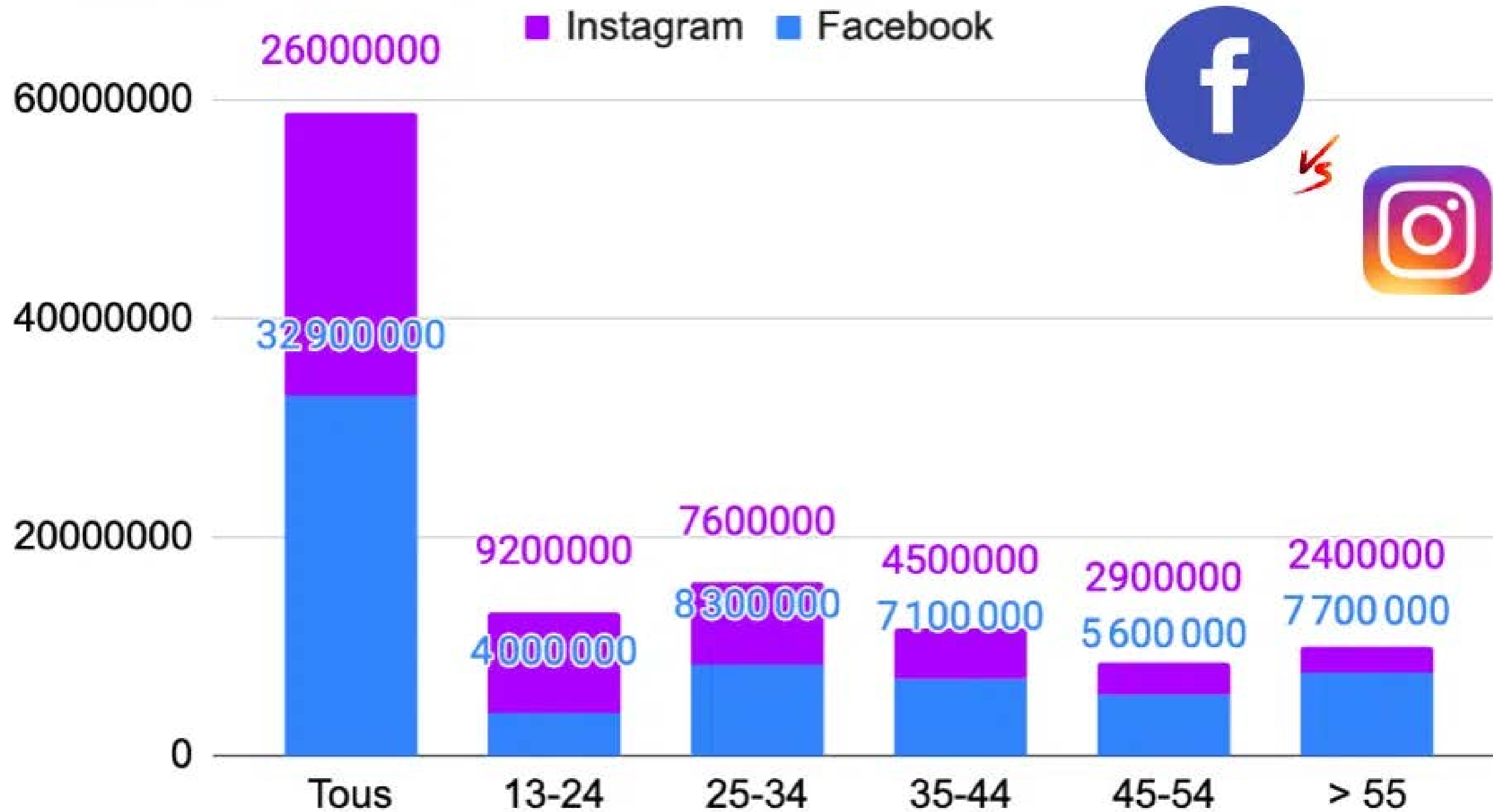
L'utilisation des réseaux sociaux en France

Chiffres globaux : Répartition par Réseaux Sociaux (Janv. 2023) awitec



Sources : Google ads, Meta ads, Linkedin ads, Snapchat ads , Tik Tok ads, Twitter ads, Pinterest ads

Facebook vs Instagram en France (Janv. 2023)

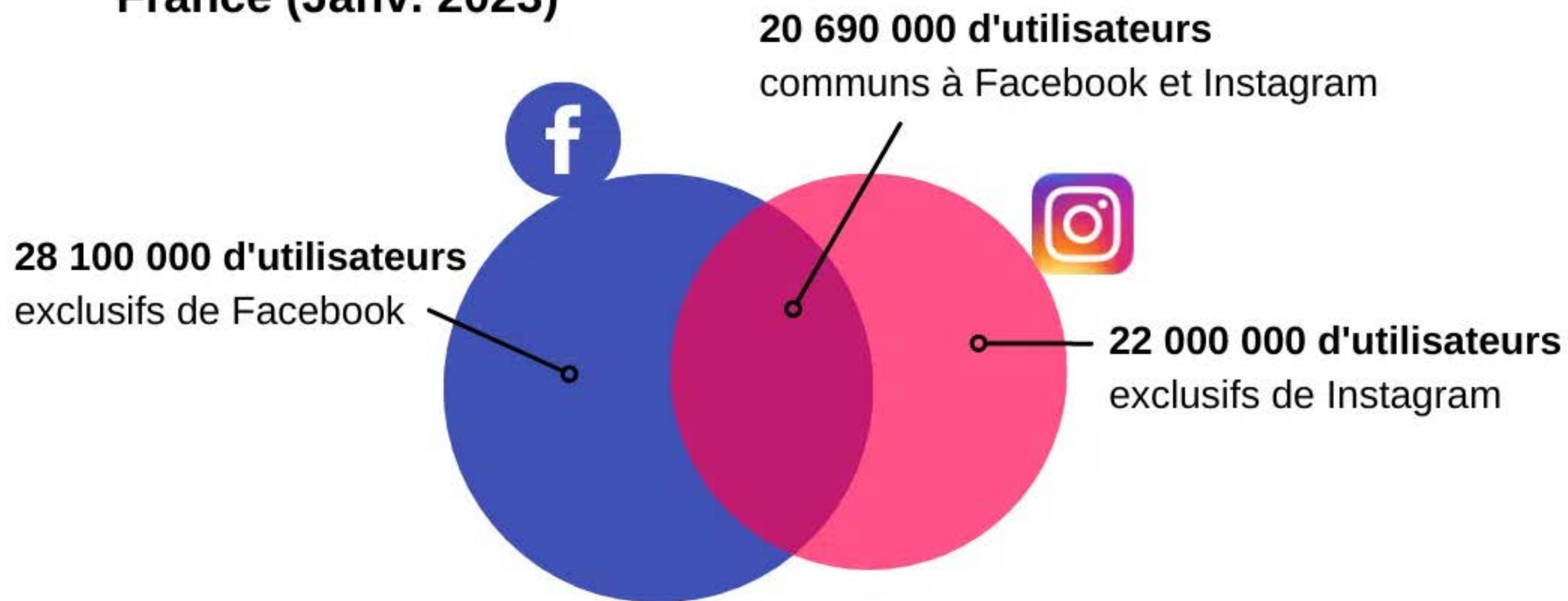


Source : Meta ads

Une infographie



Facebook et Instagram : Utilisateurs communs et exclusifs en France (Janv. 2023)



 +  **45 500 000 personnes utilisent Facebook ou Instagram tous les mois, soit 67% de la population**



Source : Meta ads

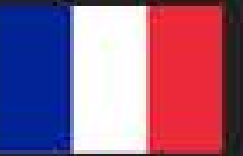
Une infographie



JAN
2023

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



FRANCE

TIME SPENT USING
THE INTERNET



5H 26M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-2.1% (-7 MINS)

GWI.

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 30M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+6.1% (+12 MINS)



TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA

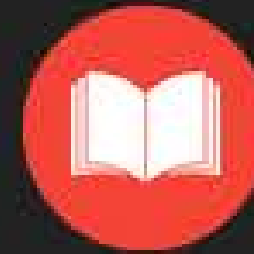


1H 55M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+8.5% (+9 MINS)

GWI.

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 17M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+16.7% (+11 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 16M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+15.2% (+10 MINS)



TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



1H 03M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+6.8% (+4 MINS)

GWI.

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 35M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+20.7% (+6 MINS)



TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



0H 59M

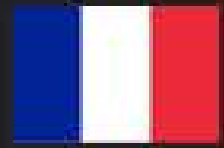
YEAR-ON-YEAR CHANGE
+7.3% (+4 MINS)

[we are social](#)

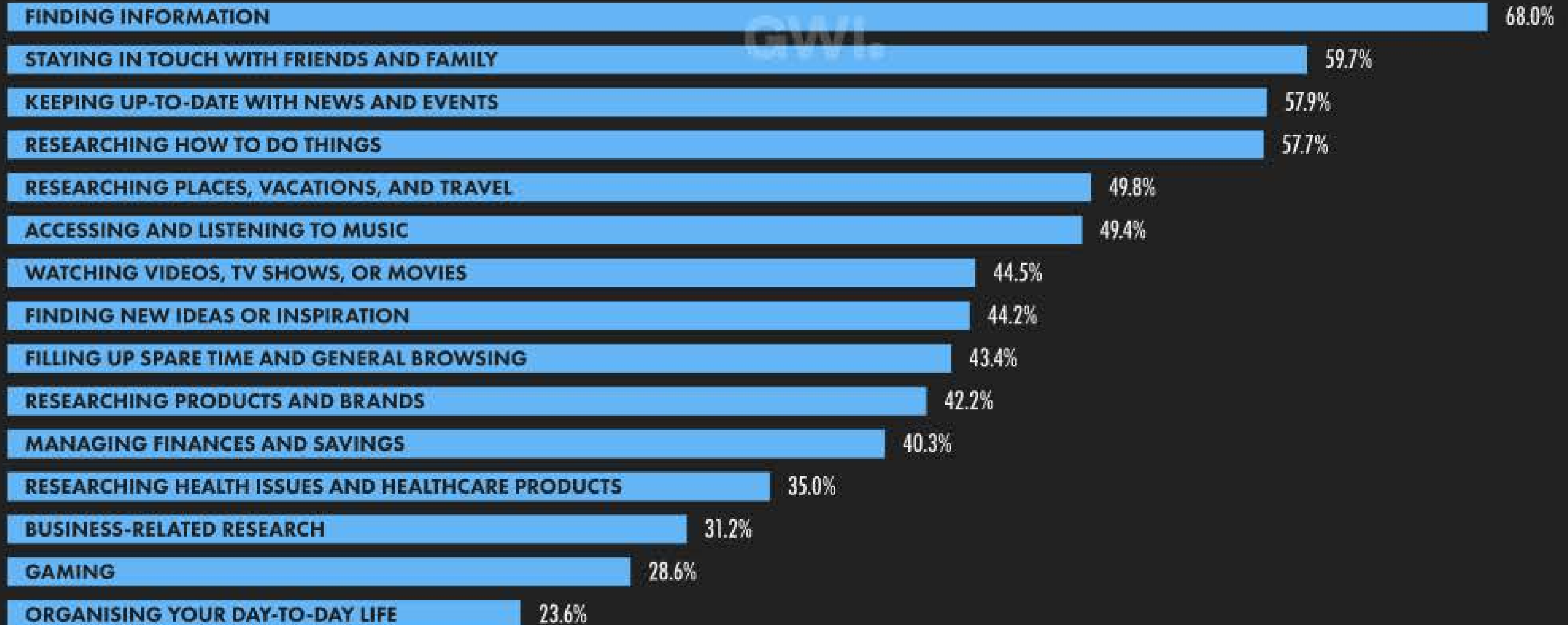
JAN
2023

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



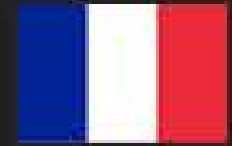
FRANCE



JAN
2023

SHARE OF WEB TRAFFIC BY DEVICE

PERCENTAGE OF TOTAL WEB PAGES SERVED TO WEB BROWSERS RUNNING ON EACH KIND OF DEVICE



FRANCE

MOBILE
PHONES



50.13%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+7.7% (+357 BPS)

LAPTOP AND
DESKTOP COMPUTERS



47.28%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-6.0% (-301 BPS)

TABLET
DEVICES



2.53%

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-17.6% (-54 BPS)

OTHER
DEVICES



0.06%

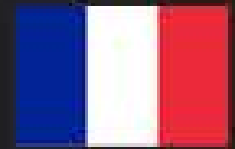
YEAR-ON-YEAR CHANGE

-25.0% (-2 BPS)

JAN
2023

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



FRANCE

NUMBER OF SOCIAL
MEDIA USERS



52.10
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL POPULATION



80.5%

SOCIAL MEDIA USERS AGE 18+
vs. TOTAL POPULATION AGE 18+



88.8%

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL INTERNET USERS



86.9%

AVERAGE TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA EACH DAY



1H 55M

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL
PLATFORMS USED EACH MONTH



5.7

FEMALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS



51.0%

MALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS

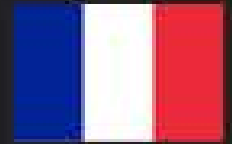


49.0%

JAN
2023

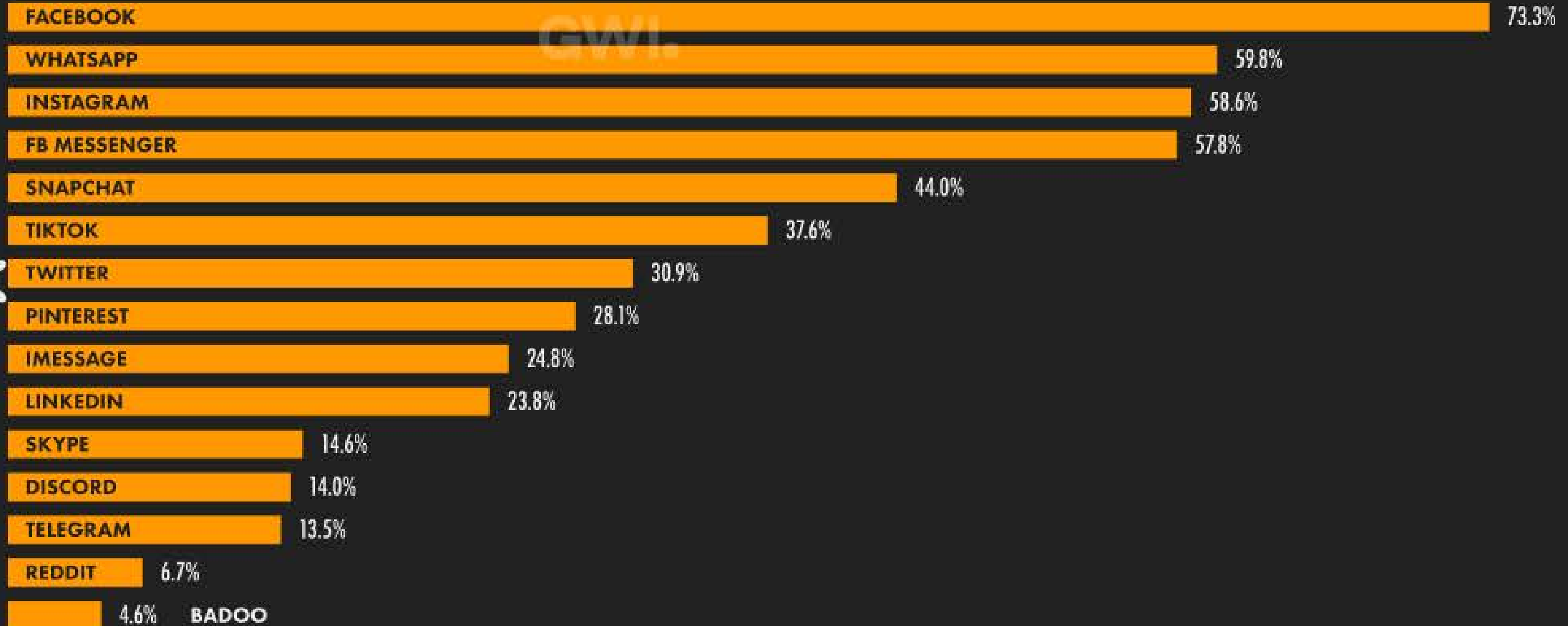
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH



FRANCE

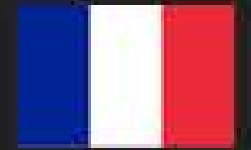
NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING.



JAN
2023

TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT USERS SPEND USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP



FRANCE

YOUTUBE



11H 42M

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-1.7% (-12 MINS)

FACEBOOK



12H 54M

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-1.5% (-12 MINS)

TIKTOK



21H 24M

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.4% (+18 MINS)

WHATSAPP



5H 30M

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.9% (+6 MINS)

INSTAGRAM



8H 36M

PER USER, PER MONTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+1.2% (+6 MINS)



Quels vont être les choix d'utilisation du web pour votre activité ?

- en fonction de l'audience ciblée
- en fonction des supports utilisés
- en fonction du temps à y consacrer
- en fonction de vos compétences (quelles compétences acquérir ?)
- en fonction de votre organisation



ATELIER

02

Créez simplement des contenus qui cartonnent !

- Trouver les bonnes idées et les mettre en scène
- Répondre aux attentes de vos prospects.

Créer Simplement des Contenus



Inspiration

Regardez ce que font vos concurrents et prenez le meilleur :
Devenez unique !



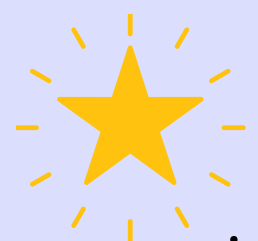
Apprendre

Soyez curieux d'apprendre
à utiliser de nouveaux
outils



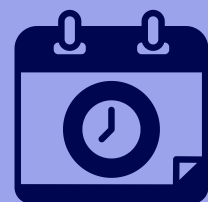
Passez à l'action

Un pas après l'autre.
Soyez récurrent, c'est le
secret de la réussite !



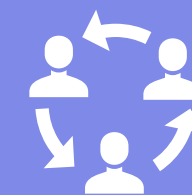
Originalité

Soyez unique, différent et personnalisé vos contenus. Parlez à votre audience, ceux qui louent votre meublé. Adressez vous à votre client idéal. Soyez généreux d'informations.



Récurrence

Les algorithmes aiment les publications créées pour leur plateforme et aussi la régularité de leurs parutions. Faites en moins mais mieux !



Interaction

Allez à la recherche de l'échange : posez des questions, faites des quizz, des sondages,
Ne laissez jamais un commentaire sans réponse !

Package Deal !

Trois outils simples et efficaces pour vous accompagner dans vos efforts.

Ils sont GRATUITS !

Des centaines de tutos sur YouTube disponibles.

Vos enfants les utilisent déjà ! 🤪

CANVA

\$0

- publication digitale
- communication écrite
- vidéo

CHAT GPT

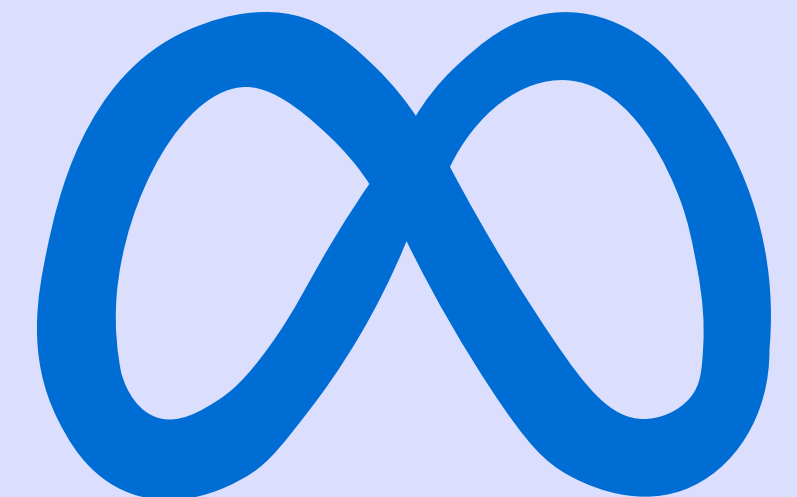
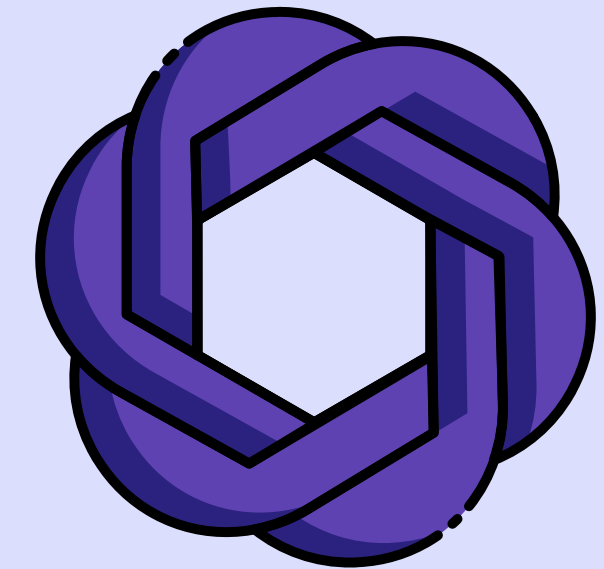
\$0

- recherche besoins clients
- écriture des publications
- adaptation de contenus

META BUSINESS SUITE

\$0

- Programmation des publications sur FB et Insta
- SUIVI de toutes les interactions avec vos publications



ATELIER

03

Maîtrisez les algorithmes des
réseaux sociaux

Google My Business
Facebook et Instagram



Google My Business (GMB) est un outil web gratuit qui permet d'améliorer votre référencement sur Google lors d'une recherche ciblée géographiquement.

Il s'agit donc d'un outil idéal pour tous les commerces de proximité.

Google My Business est un outil qui permet d'améliorer votre visibilité sur Internet. Grâce aux informations renseignées sur les fiches (adresse, téléphone, horaires, avis, site internet), vos établissements apparaîtront sur le moteur de recherche Google grâce au pack local, ce qui boostera votre référencement SEO

LES AVIS CLIENTS : une clé pour votre succès !

LES PHOTOS : attirer l'oeil et partager des émotions

DES INFOS - DES EVENEMENTS - DES PRODUITS



La date de fondation officielle de “The Facebook” (thefacebook.com) est située au 4 février 2004. Créée par Mark Zuckerberg, la plateforme est de base limitée aux étudiants de Harvard.

Voir le film : The Social Network

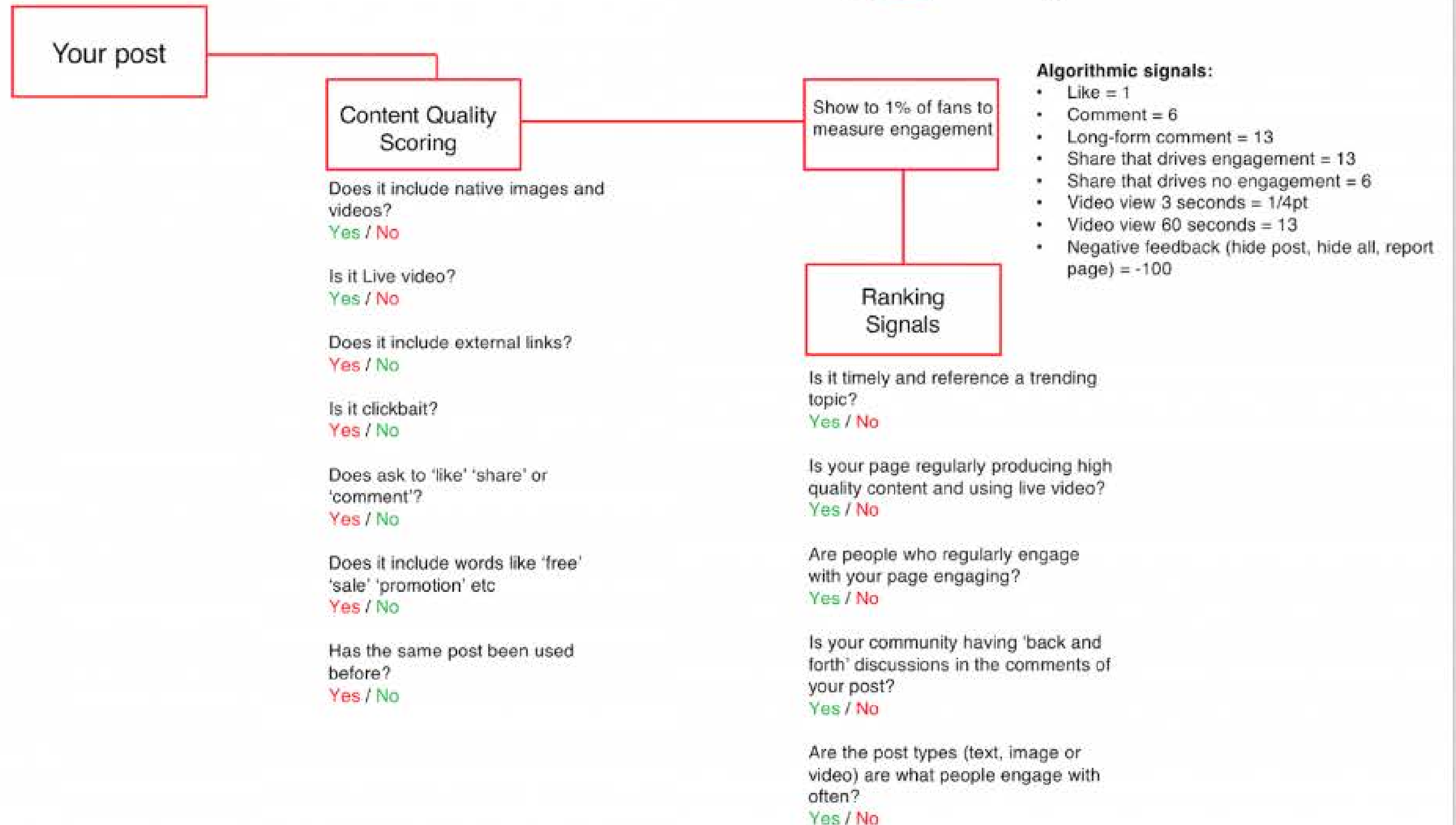
lien vers un article : <https://www.colibrimedia.fr/post/l-histoire-de-facebook>

- Profil ou page ? comment s'organiser ?
- Quelles sont les différences entre un profil et une page ?
- Mettre à jour ses informations
- L'algorithme
- Créer une publication : Live - vidéo - photo - texte
- Taguer des personnes ou des pages
- Interagir : liker - commenter - partager
- les stories
- la publicité ou le boost !



The Facebook Algorithm

Ste Davies



De nombreuses études ont tenté d'apporter leurs réponses à cette question. Si on s'intéresse aux moyennes des résultats trouvés, les meilleurs moments pour poster sur Facebook en 2023 sont : De 12h à 15h le lundi, mercredi, jeudi et vendredi. Puis, entre 12h et 13h, le samedi et le dimanche

Quand publier sur **FACEBOOK** ?

Meilleurs horaires

13H - 15H
18H - 20H

Meilleurs jours

JEUDI au
DIMANCHE

Temps passé
en ligne

34 MIN / J



ALLER + LOIN

Les **outils** mis à disposition des gestionnaires de pages Facebook incluent des **statistiques** sur les **périodes d'activité** de leurs **communautés**.

Idéal pour savoir quand publier sur ce réseau social.

NOÏISE



Instagram : algorithme et tendances

❖ Adam Mosseri, directeur d'insta, a annoncé que la vidéo sera de plus en plus privilégiée par l'algorithme !

Au départ c'est une application de partage de photos pour votre smartphone.

❖ Plus les personnes aiment, partagent et commentent, plus le compte est boosté par l'algorithme = Instagram veut faire vivre une belle expérience a ses adeptes afin qu'ils restent le plus longtemps possible sur la plateforme.

❖ l'ingrédient principal de l'algorithme Instagram est le degré de " ponctualité " de vos messages. Par exemple, si quelqu'un se connecte à Instagram à 9 h et que vous avez partagé votre photo à 8 h 45, il est plus probable qu'elle apparaisse sur son fil d'actualité, qu'une photo partagée par quelqu'un d'autre à 22 h 30 la veille.

Instagram veut que ses utilisateurs profitent du contenu le plus récent et le plus pertinent.



Mettre à jour les informations de votre compte

- **LA BIO : incontournable pour se présenter et renvoyer vers votre site internet**
- **Le visuel : clé de ce réseau**
- **Le texte : l'accroche est importante**
- **les # : savoir faire un mix entre le sujet du compte, ce qui intéresse votre audience et le sujet de la publication**
- **Les incontournables REELS**
- **l'importance des stories**
- **Les statistiques**

Quand publier sur **INSTAGRAM** ?

Meilleurs horaires

12H - 13H

19H - 21H

Meilleurs jours

LUNDI

MERCREDI

JEUDI

Temps passé
en ligne

29 MIN / J

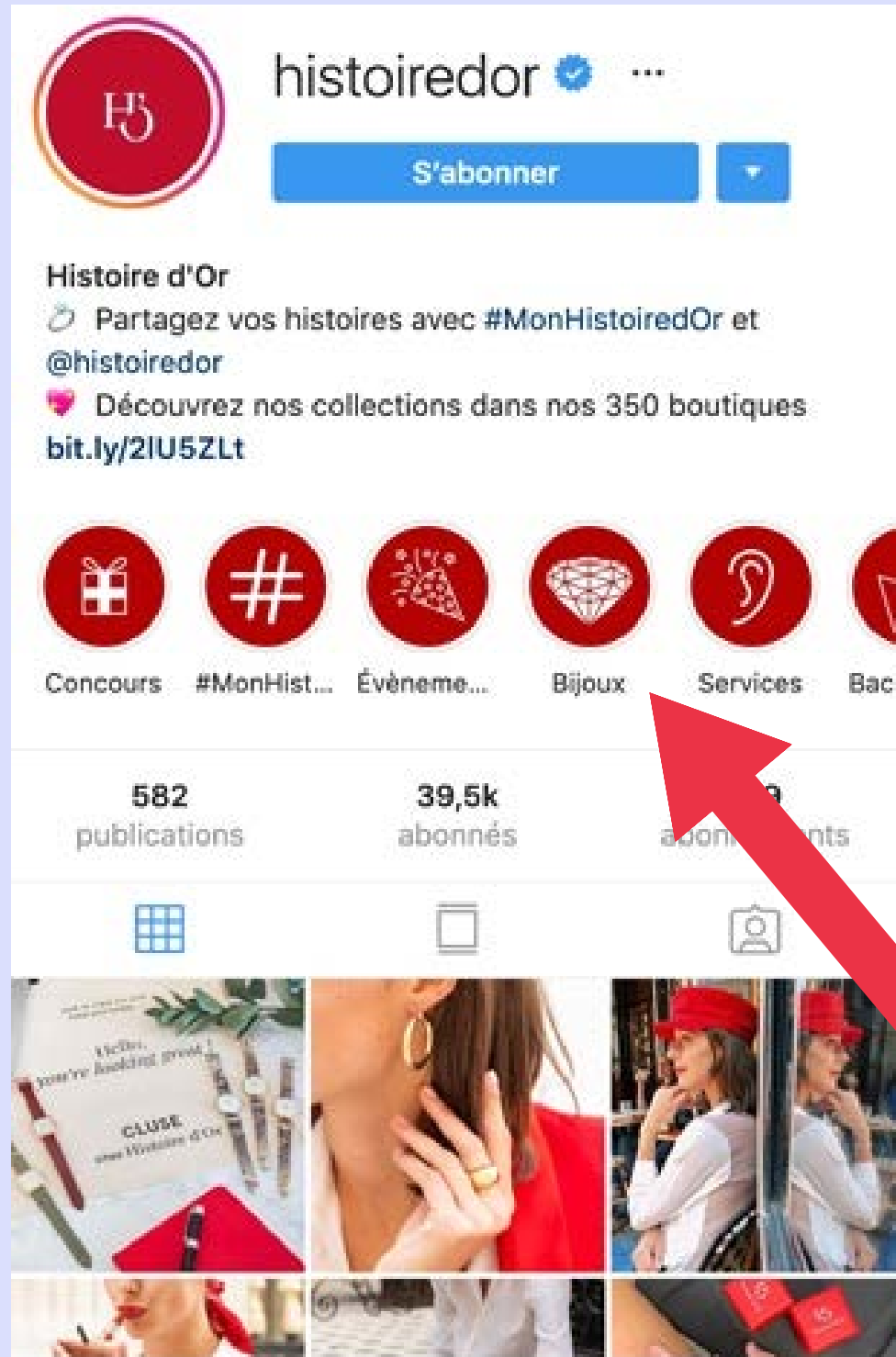


ALLER + LOIN

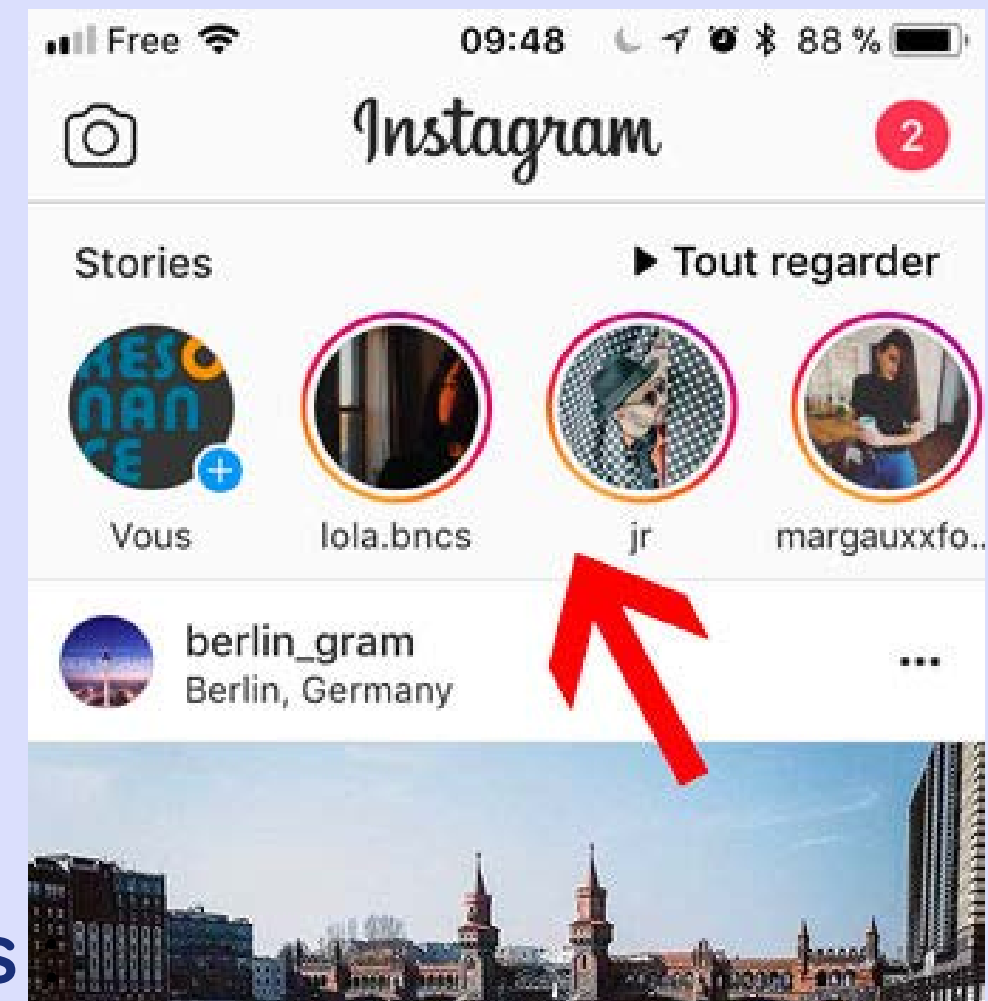
La visibilité d'une publication notamment dépend de :

- l'**engagement** qu'elle génère
- la **fraicheur** de la publication
- la **concurrence**

NOÏISE



Stories à la une :
Créer des story à la une permet de mettre en avant vos meilleurs contenus partagés en story. Les utilisateurs peuvent les consulter pour en savoir plus sur votre univers avant de décider ou non de s'abonner ou pour retrouver une information



Les stories

Historique des consultations : si vous avez déjà consulté plusieurs fois une Story d'un compte, il deviendra prioritaire.

L'engagement : l'application prend également en compte vos engagements avec les Stories d'un utilisateur par des likes ou des DM

3/ Les réels : le format qui cartonne

C'est quoi les réels ?

Un Reel Instagram est une vidéo de 90 secondes maximum qui s'affiche en plein écran, au format vertical. Les Reels disposent de nombreux outils de montage et d'une vaste bibliothèque de pistes audio (des chansons tendance aux extraits de contenu viral créés par d'autres utilisateurs)

Pour percer sur Instagram, le meilleur conseil est le suivant :

Publiez 4 à 5 Reels par semaine.

Suivez les tendances,

Reproduisez les transitions les plus appréciées,

Exploitez les audios les plus écoutés,

et surtout, démarquez-vous !

Quelques exemples :

SITES

Les 7 cauterets

location vacances cauterets

maison domer

Les Ruisseaux

Chalet la Source

Réseaux Sociaux

Loc' à Cauterets

Chalet la Sources

Location Vacances à Cauterets

Location vacances

ATELIER

04

Organisez votre stratégie
Faire simple, efficace et progresser

ATELIER :

Comment allez-vous montrer à votre public cible

- votre différence,
- ce qui vous rend unique,
- l'expérience à vivre avec vous
- quels sont vos bénéficiaires clients ?



La programmation de vos publications : a - gagner en sérénité

The screenshot displays the Facebook Business Suite 'Agenda' interface. At the top, there are browser tabs for WhatsApp, Roundcube Webmail, Canva, Facebook, and Meta Business Suite. The address bar shows the URL: https://business.facebook.com/latest/content_calendar?nav_ref=bm_home_redirect. The main header includes the 'Agenda' title and a subtitle: 'Programmez votre calendrier marketing en créant, programmant et gérant votre contenu.' There are buttons for 'Créer une publicité' and 'Créer'. Below the header, there are navigation options for 'Semaine' and 'Mois', and a calendar view for 'juillet 2023'. The calendar shows days from 'dim 2' to 'sam 8', with 'mar 4' highlighted. A dropdown menu is open over the calendar, listing options: 'Programmer une publication', 'Programmer la story', 'Créer un reel', and 'Créer une publicité', with a 'Programmer' button at the bottom. On the right side, there are tabs for 'Moments' and 'Brouillons'. The 'Moments' section shows a lightbulb icon and the text: 'Aucun moment à venir. Il n'y a aucun moment à venir dans les 75 prochains jours. Les rappels de moments à venir apparaîtront ici.'



Créer publication

Publier vers
Profils d'Experts et profilsdexperts

Contenu multimédia
Partagez des photos ou une vidéo. Les publications Instagram ne peuvent pas excéder 10 photos.
Ajouter une photo Ajouter une vidéo
Utiliser un modèle

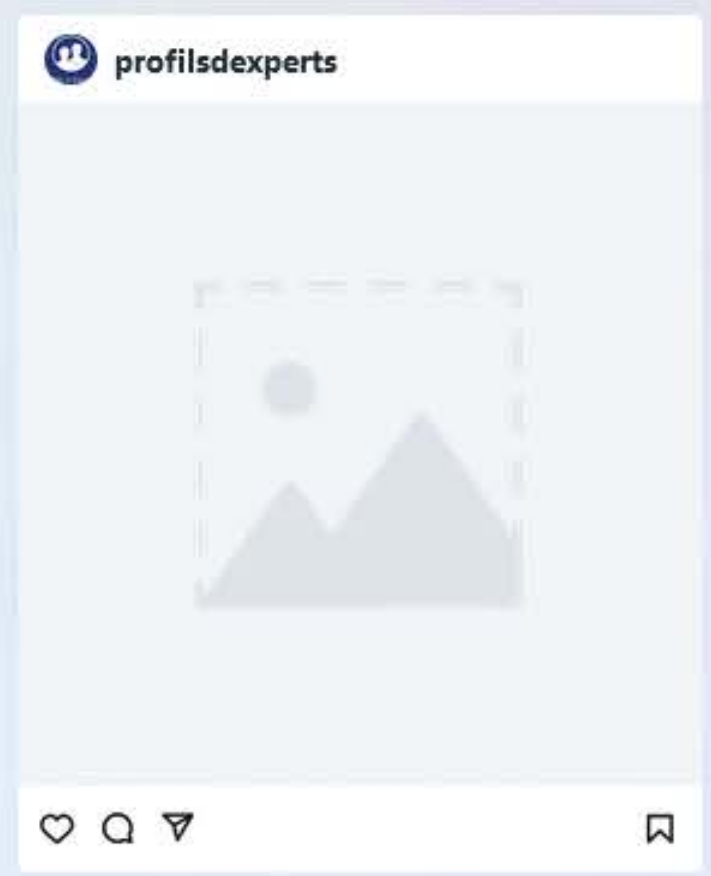
Détails de la publication
 Personnaliser la publication pour Facebook et Instagram
Facebook Instagram

Texte Instagram

😊
📍 📎

Booster la publication
Annuler Programmer

Aperçu du Fil Instagram



Créer publication

Profils d'Experts et profilsdexperts

Contenu multimédia

Partagez des photos ou une vidéo. Les publications Instagram ne peuvent pas e... 10 photos.

Ajouter une photo Ajouter une vidéo

Utiliser un modèle

Détails de la publication

Personnaliser la publication pour Facebook et Instagram

Facebook Instagram

Texte Instagram

Booster la publication

Ajouter des hashtags

Populaire Récents **Enregistrés** Rech...

- #chasseurimmobiliertoulouse 1,5 K publications
- #immobiliertoulouse 12 K publications 20 K publications
- #toulouse 2,1 M publications 6,2 M publications
- #montpellierimmo 0 publications 638 publications
- #montpellier 1,7 M publications
- #maisonàvendre
- #immobiliermontpellier 8,2 K publications 14 K publications
- #immobilierprestige 25 K publications

Annuler Ajouter

La programmation de vos publications :

b - devenir performant

The screenshot displays the Facebook Business Suite interface for creating a post. A modal dialog titled "Ajouter des hashtags" is open, showing a list of suggested hashtags. The dialog has tabs for "Populaire", "Récents", and "Enregistrés", with "Enregistrés" currently selected. A search bar labeled "Rech..." is also present. The list of hashtags includes:

- #chasseurimmobiliertoulouse (1,5 K publications)
- #immobiliertoulouse (12 K publications, 20 K publications)
- #toulouse (2,1 M publications, 6,2 M publications)
- #montpellierimmo (0 publications, 638 publications)
- #montpellier (1,7 M publications)
- #maisonàvendre
- #immobiliermontpellier (8,2 K publications, 14 K publications)
- #immobilierprestige (25 K publications)

At the bottom of the dialog are "Annuler" and "Ajouter" buttons. The background interface shows the "Créer publication" section with options for adding photos, videos, and using templates, as well as a "Détails de la publication" section with a toggle for "Personnaliser la publication pour Facebook et Instagram" and a "Booster la publication" option.



Statistiques

Consultez vos performances et plus encore.

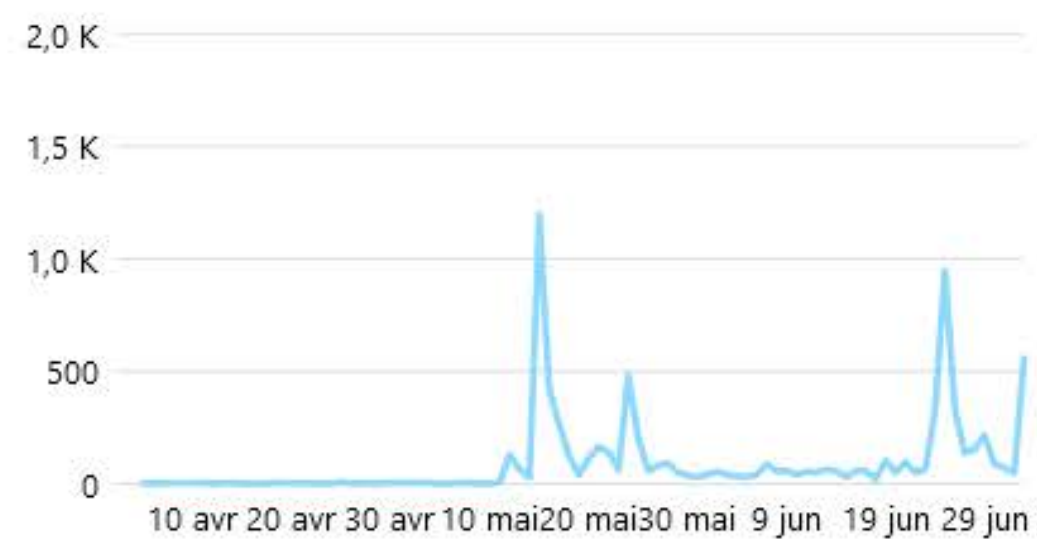
Compte publicitaire : 4299314531328 (60043180...)

90 derniers jours: 5 avr 2023 - 3 juil 2023

- Vue d'ensemble
- Résultats**
- Audience
- Benchmarking
- Contenus
- Présentation
- Contenu
- Vidéo
- Benchmarking
- Audience
- Fidélité
- Rétention
- Earnings
- Videos

Couverture Facebook

3 982 ↑ 358,2



Couverture Instagram

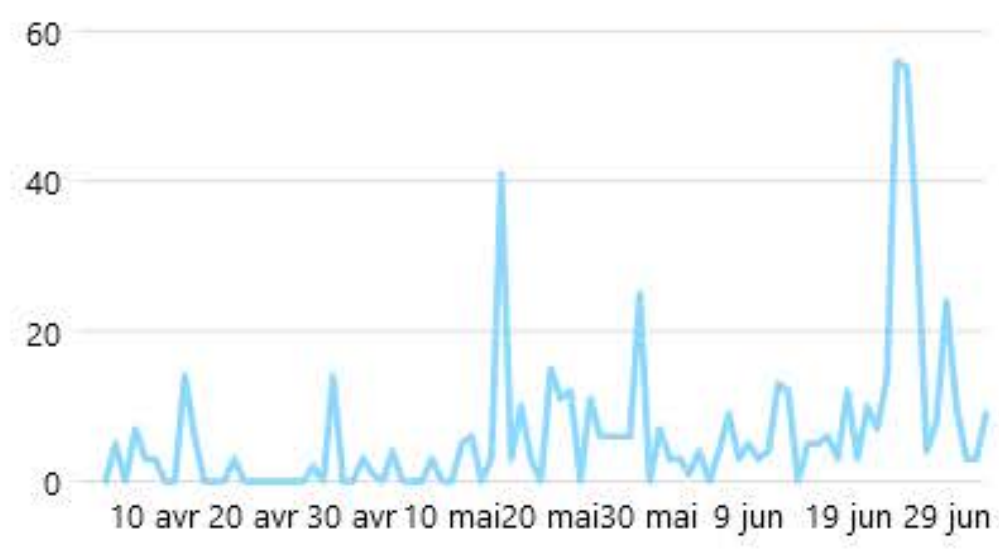
665 ↑ 305,5



Visites de la Page et du profil

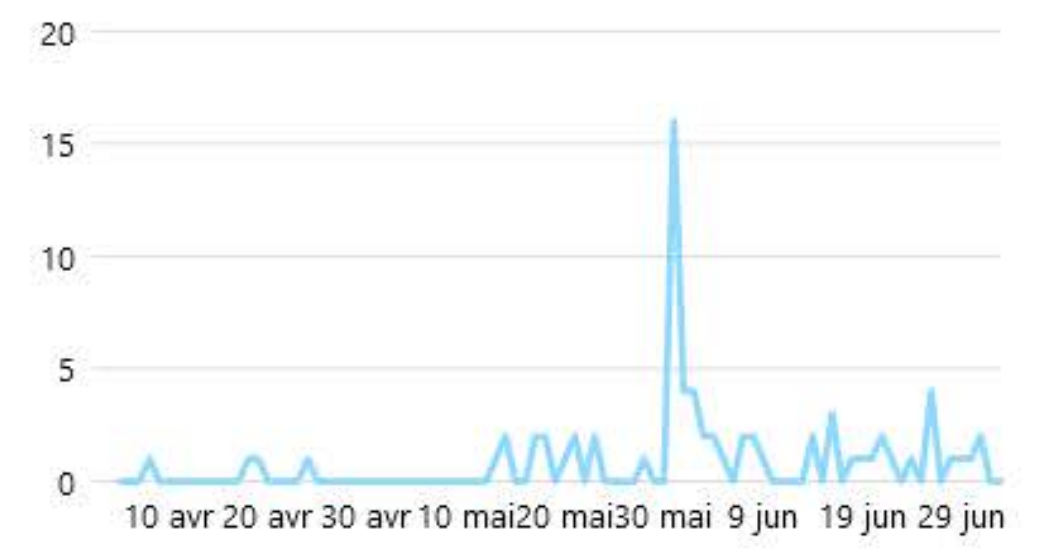
Visites de la Page ou du profil Facebook

578 ↑ 596,4



Visites du profil Instagram

72 ↑ 350



Exporter

Statistiques

Consultez vos performances et pl...

Compte publicitaire : 4299314531328 (60043180... ▼

Exporter les données ▼

28 derniers jours: 6 jun 2023 - 3 juil 2023 ▼

Vue d'ensemble

Résultats

Audience

Benchmarking

Contenus

Présentation

Contenu

Vidéo

Benchmarking

Audience

Fidélité

Rétention

Earnings

Videos

Tous les contenus







Publications et stories ▼

Type de contenu mult... ▼

Filtrer ▼ Effacer

Rechercher par ID ...

Colonnes

	Titre		Type	Date de publication	Couverture
<input type="radio"/>	 Cette publication n'a pas de texte Les Amis de Saint-Jean-Baptiste	Boost indisponible	Story	Lundi 26 jun 10:00	36 Comptes de l'Espace ...
<input type="radio"/>	 Procession de la Sainte Epine dans le... amisdestjeanlibourne	Boost indisponible	Publicati	Samedi 24 jun 18:20	101 Comptes de l'Espace ...
<input type="radio"/>	 Procession de la Sainte Epine pou... Les Amis de Saint-Jean-Baptiste	Booster la publication	Publicati	Samedi 24 jun 17:46	127 Comptes de l'Espace ...
<input type="radio"/>	 Procession de la Sainte Epine pou... Les Amis de Saint-Jean-Baptiste	Booster la publication		Samedi 24 jun 17:38	1,6 K Comptes de l'Espace ...
<input type="radio"/>	 Cette publication n'a pas de texte amisdestjeanlibourne	Booster la publication	Story	Samedi 24 jun 10:00	--
<input type="radio"/>	 Cette publication n'a pas de texte Les Amis de Saint-Jean-Baptiste	Boost indisponible	Story	Samedi 24 jun 10:00	32 Comptes de l'Espace ...
<input type="radio"/>	 La minute culture du vendredi ! 😊 ... amisdestjeanlibourne	Booster la publication	Publicati	Vendredi 23 jun 2...	47 Comptes de l'Espace ...



Mon Conseil : Créez un grille de contenus

- Choisissez des thématiques liées à votre activité et qui reprennent les questions que l'on vous pose le plus souvent
- Faites des tuto ou partagez des explications sur vos services et votre expertise
- Partagez des avis clients pour donner confiance

Sous chaque thématique choisie poser plusieurs idées de contenus. Ainsi lorsque vous devrez publier ou aurez une ligne directrice qui vous fera gagner du temps. Aussi vous aurez anticipé dans la semaine la prise de photo ou de vidéo afin d'illustrer vos sujets !

Être proactif sur vos réseaux

a- savoir inviter

Afin de devenir visible sur les réseaux sociaux il y a deux facteurs importants :

- l'intérêt de vos publications pour la cible
- le nombre de personnes qui les regardent et interagissent

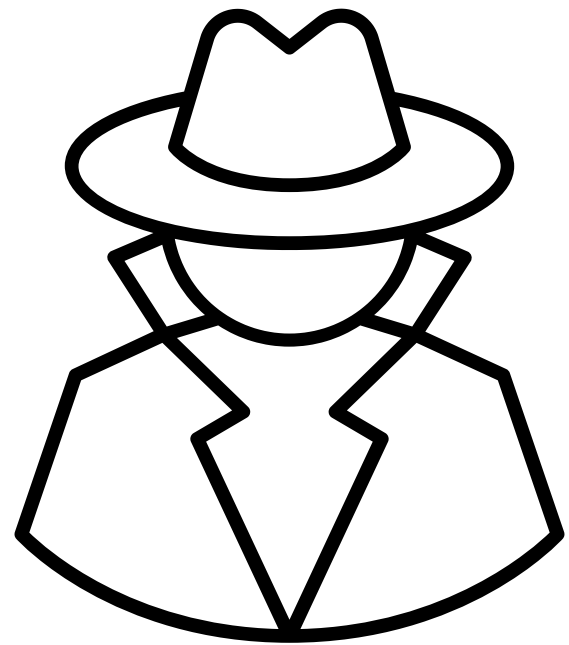
Il est important que vous cherchiez à inviter depuis votre compte des "prospects" et des clients à vous suivre ou devenir "ami". Ainsi vos publications auront plus de chance d'être visibles sur leur fil d'actualité.

Facebook facilite le rapprochement de personne à personne. Votre profil personnel est votre meilleur outil pour être en contact avec vos amis.

Pour ce qui est de la page, la publicité aide à devenir visible sur votre zone de chalandise ou dans votre domaine d'expertise car sa portée virale est moins forte.

Processus de génération de contacts qualifiés - digital

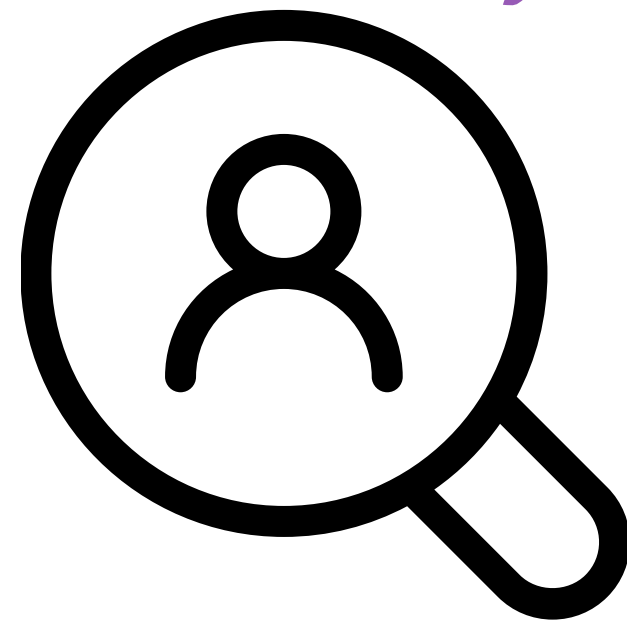
Attirer



Inconnus

Site web/blog
Réseaux sociaux
Campagne pub

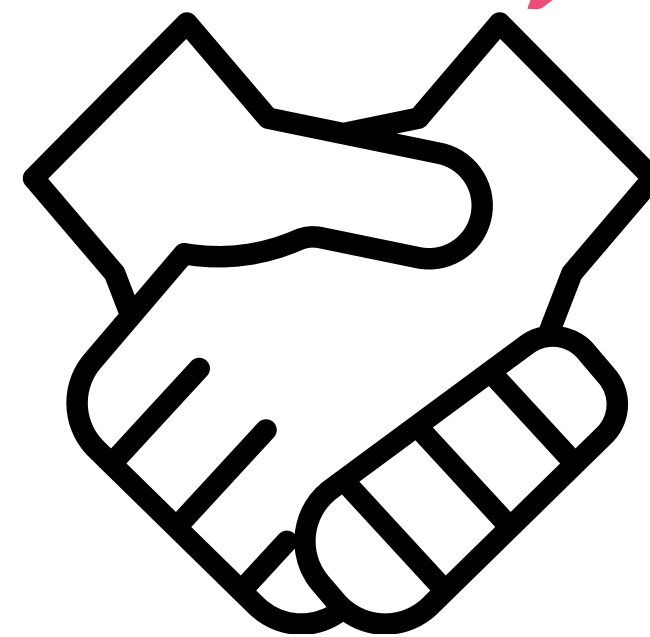
convertir



Prospects

Formulaires
Call to-action
Landing pages

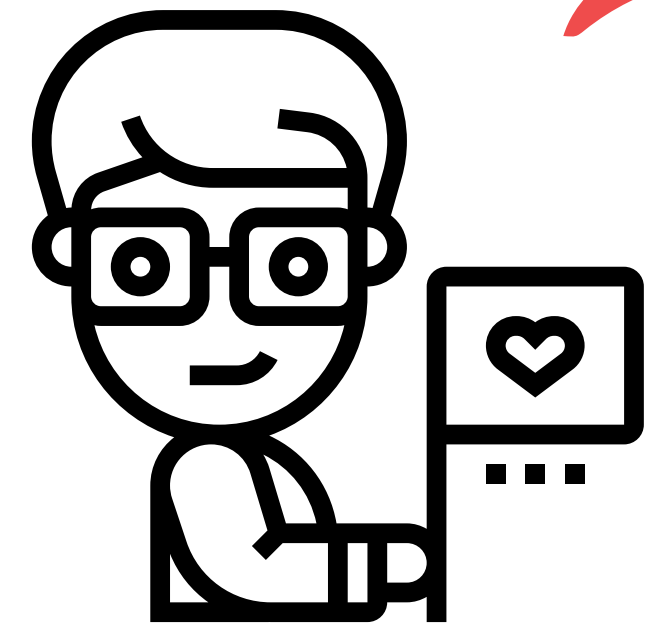
Conclure



Clients

Emails
CRM

Enchanter



Ambassadeurs

Groupe Privé
Avis clients
Réseaux sociaux
Campagne de mails

5/ Être proactif sur vos réseaux

b - relancer les interactions avec vos amis ou followers

Faites ce test :

Reprenez contact tous les jours avec 5 personnes qui vous suivent ou qui sont amis avec vous :

- Fêtez leur anniversaire avec un message personnalisé
- Demandez de leurs nouvelles
- Proposez leur un offre personnalisée
- Invitez-les à un évènement
- Envoyez un bon de réduction ou un questionnaire

Faites le test :

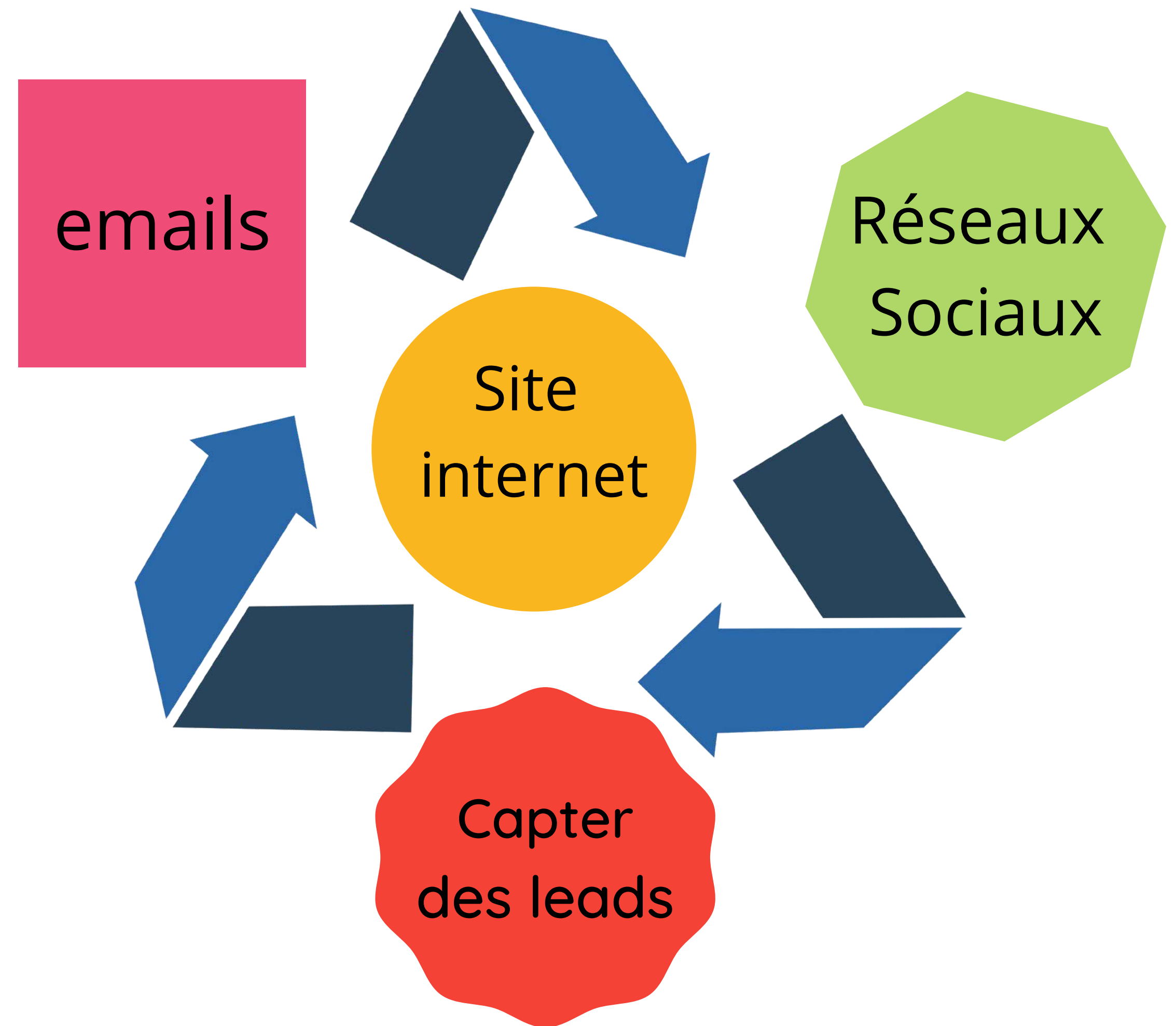
En contactant 5 personnes par jour pendant 24 jours ouvrés dans un mois ce sont 120 personnes avec qui vous échangez dans le mois soit **1 440 personnes** dans l'année !

Autre possibilités d'interactions :

Complétez votre communication sur les réseaux sociaux par une communication sur les autres supports du net :

- Inscription à votre Newsletter
- Envoi de mails pour des offres
- Articles de blog pour être référencé sur Google
- Messages automatisés avec votre CRM pour proposer des offres, fêtes des évènements, invitez vos contacts à venir en magasin...
- Envoi de SMS pour rappel d'un rdv ou d'une offre
-

texte
vidéo
photo
Live
Ebook



Pour Résumer :

- Soyez Intentionnel lorsque vous publiez
- Partagez vos valeurs, votre expertise : soyez généreux de conseils
- Partagez des avis clients pour donner confiance à vos prospects
- Soyez visible : faites des photos, des vidéos, des lives de votre quotidien, de vos produits, de vos services
- Devenez accessible : rendez le contact facile et simple en incarnant votre communication.



DES QUESTIONS ?

Pour me joindre :
celine@profilsdexperts.com