

 Agence
Inova.

The logo consists of the letters 'A' and 'I' in a bold, white, sans-serif font. The 'A' is formed by two slanted bars meeting at the top, and the 'I' is a solid vertical bar.

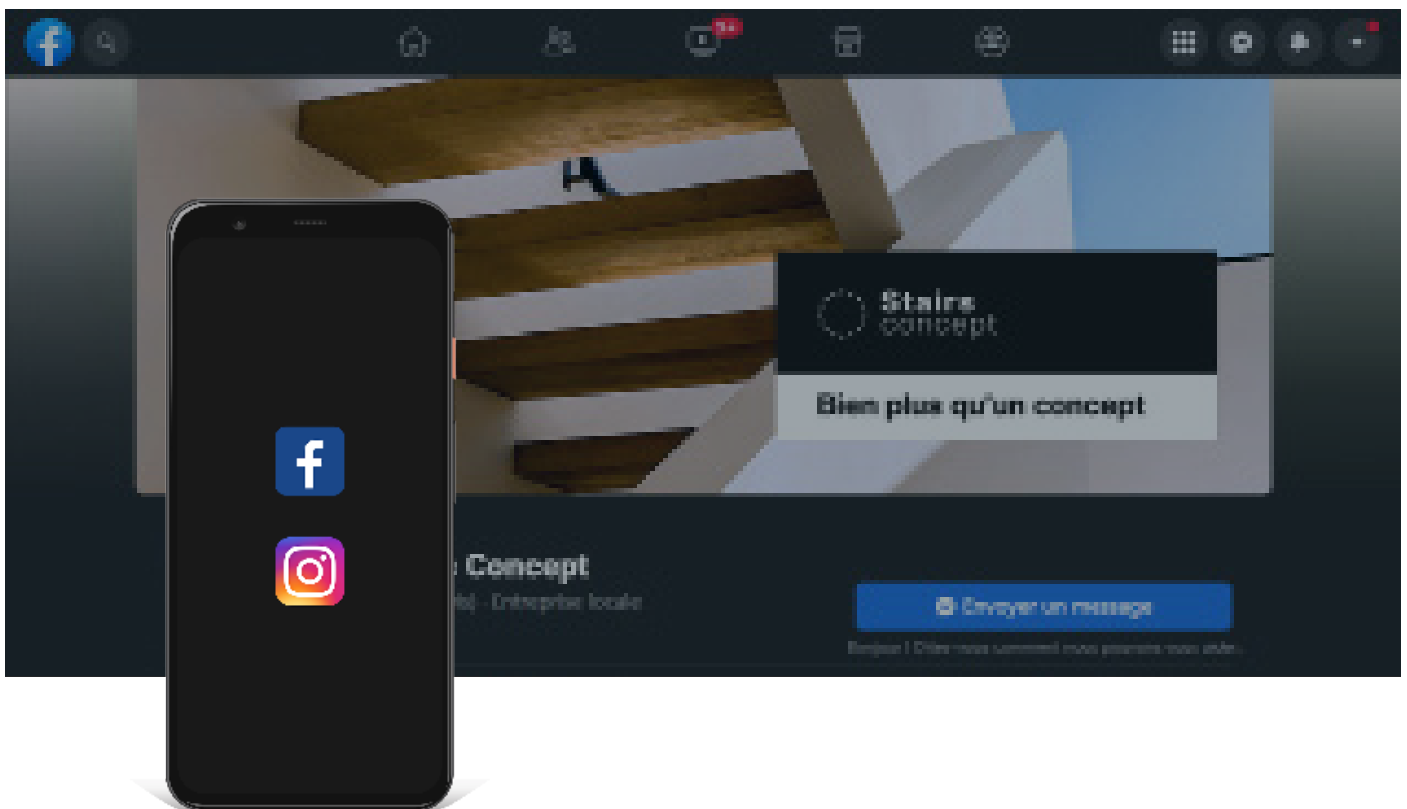
Découvrez notre formule
des réseaux sociaux



01 • LES RÉSEAUX SOCIAUX

Qu'est-ce qu'un réseau social ?

Un réseau social est une plateforme en ligne qui permet aux individus de créer des profils personnels, de partager des informations, de communiquer et d'interagir avec d'autres utilisateurs au sein de la même plateforme. Ces plateformes sont conçues pour faciliter la connexion et la communication entre les individus, qu'ils soient amis, membres de la famille, collègues ou simplement des personnes partageant des intérêts similaires.



Les caractéristiques communes des réseaux sociaux incluent la possibilité de créer un profil utilisateur, d'ajouter des amis ou de suivre d'autres utilisateurs, de publier du contenu tel que des messages, des photos, des vidéos, et de participer à des discussions. Les utilisateurs peuvent interagir en commentant, en partageant du contenu, en exprimant leur approbation à l'aide de boutons «J'aime» ou équivalents, et en échangeant des messages privés.

Les réseaux sociaux peuvent avoir différentes finalités, que ce soit pour maintenir des liens sociaux, partager des actualités, promouvoir des idées, créer des communautés autour de centres d'intérêt communs, ou même à des fins professionnelles.



Quels sont les principaux réseaux sociaux ?

● FACEBOOK

Lancé en 2004, Facebook est l'un des réseaux sociaux les plus populaires au monde. Il permet aux utilisateurs de créer des profils, de se connecter avec des amis, de partager du contenu multimédia et de participer à des groupes.



INSTAGRAM ●

Acquis par Facebook en 2012, Instagram est une plateforme axée sur le partage de photos et de vidéos. Il est connu pour son format visuel et son utilisation de hashtags.



● X ANCIENNEMENT TWITTER

Lancé en 2006, X est un réseau social basé sur des messages courts appelés «tweets». Il est populaire pour son flux d'informations en temps réel et son utilisation répandue par les célébrités, les médias et les personnalités publiques.



● LINKEDIN

Conçu pour les professionnels, LinkedIn permet aux utilisateurs de créer des profils professionnels, de se connecter avec des collègues, de partager des mises à jour professionnelles et de rechercher des opportunités d'emploi.



SNAPCHAT ●



Snapchat est une application de messagerie multimédia où les utilisateurs peuvent partager des photos et des vidéos qui disparaissent après une courte période. Il est également connu pour ses filtres amusants et ses fonctionnalités de réalité augmentée.

● PINTEREST

Pinterest est une plateforme de découverte visuelle où les utilisateurs peuvent épingler et partager des images inspirantes liées à leurs intérêts, allant de la mode à la décoration intérieure en passant par la cuisine.



TIKTOK ●



Lancé en 2016, TikTok est une plateforme de partage de vidéos courtes et créatives. Il a gagné en popularité pour sa nature divertissante et virale.



Pourquoi utiliser les réseaux sociaux pour son entreprise ?

L'utilisation des réseaux sociaux pour les entreprises offre de nombreux avantages.

- **VISIBILITÉ ET NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE**

Les réseaux sociaux offrent une plateforme pour accroître la visibilité et la notoriété de la marque. En partageant du contenu régulièrement, une entreprise peut atteindre un public plus large et renforcer sa présence en ligne.



- **ENGAGEMENT AVEC LE PUBLIC**

Les réseaux sociaux permettent aux entreprises d'interagir directement avec leur public cible. Les commentaires, les mentions «J'aime» et les partages favorisent l'engagement et renforcent les relations avec les clients.



- **MARKETING DE CONTENU**

Les réseaux sociaux sont un excellent moyen de partager du contenu pertinent et intéressant. Les entreprises peuvent utiliser des blogs, des vidéos, des images et d'autres formats de contenu pour informer, éduquer et divertir leur public.

- **GÉNÉRATION DE LEADS**

Les réseaux sociaux offrent des opportunités de générer des leads en dirigeant le trafic vers le site web de l'entreprise. Les campagnes publicitaires ciblées peuvent également contribuer à la génération de prospects qualifiés.



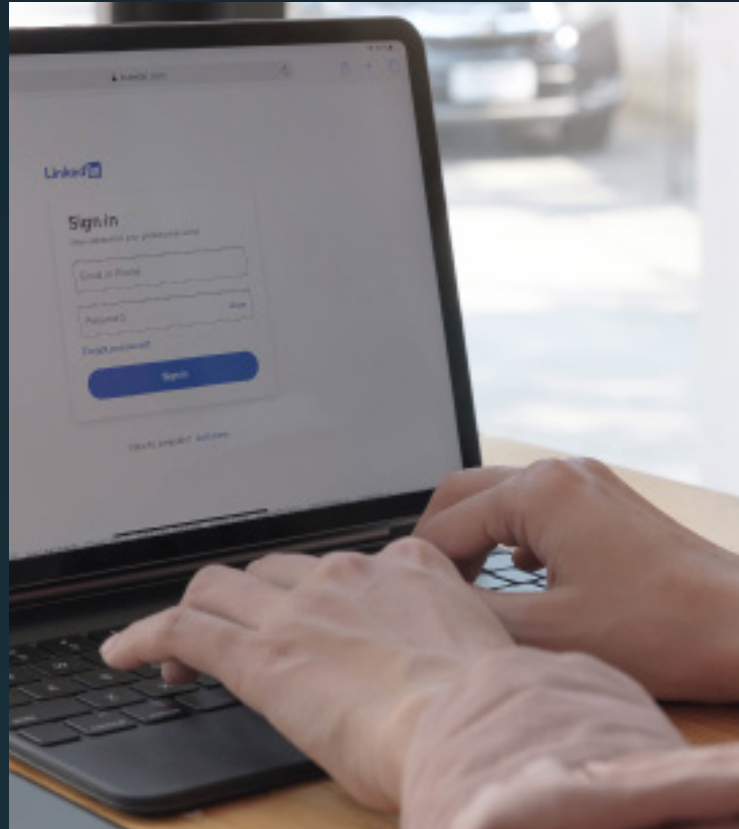
- PUBLICITÉ CIBLÉE

Les plateformes de médias sociaux offrent des options de publicité ciblée qui permettent aux entreprises de définir précisément leur public. Cela maximise l'efficacité des campagnes publicitaires en atteignant les personnes les plus susceptibles d'être intéressées par les produits ou services proposés.



- RECRUTEMENT

LinkedIn, en particulier, est largement utilisé pour le recrutement et la recherche de talents. Les entreprises peuvent publier des offres d'emploi, rechercher des candidats qualifiés et renforcer leur image d'employeur.



Quelles sont les principaux réseaux sociaux à utiliser pour son entreprise ?

Le choix des principaux réseaux sociaux pour une entreprise dépend de plusieurs facteurs, tels que le secteur d'activité, le public cible, les objectifs marketing et la nature du contenu à partager.

FACEBOOK



POURQUOI L'UTILISER : Facebook est polyvalent et convient à la plupart des entreprises. Il offre une grande diversité de formats de contenu, notamment des publications textuelles, des images, des vidéos, et des publicités.



ÂGE MOYEN DES UTILISATEURS : L'âge moyen des utilisateurs de Facebook varie, mais il est souvent considéré comme étant plus élevé que celui d'autres plateformes. En général, l'audience majoritaire est tournée vers les 24-45 ans.



UTILISATION : Plus de 3 milliards de personnes dans le monde.



source : chiffres récoltés sur blog.hootsuite.com



INSTAGRAM



POURQUOI L'UTILISER : Instagram est axé sur le visuel, ce qui en fait une plateforme idéale pour les entreprises liées à la mode, la beauté, le voyage, la nourriture, et d'autres industries visuellement attractives.



ÂGE MOYEN DES UTILISATEURS : Historiquement, Instagram a été populaire chez les jeunes adultes et les adolescents, mais il gagne également en popularité auprès des utilisateurs plus âgés. En général, l'audience majoritaire est tournée vers les 15-35 ans.



UTILISATION : Plus de 2 milliards de personnes dans le monde.



LINKEDIN



POURQUOI L'UTILISER : LinkedIn est principalement axé sur le professionnel. C'est un excellent choix pour les entreprises cherchant à établir des connexions professionnelles, à recruter des talents, et à partager des contenus liés à l'industrie.



ÂGE MOYEN DES UTILISATEURS : LinkedIn est généralement utilisé par des professionnels et des adultes plus âgés. En général, l'audience majoritaire est tournée vers les 25-55 ans.



UTILISATION : Plus de 950 millions de personnes dans le monde.



Les différents formats sur les réseaux sociaux

Chaque format joue un rôle essentiel dans votre stratégie de communication et répond à un besoin spécifique.

Comprendre la différence entre une publication organique, un boost et une campagne ADS sur Facebook et Instagram est la clé pour atteindre votre audience de manière stratégique.

● PUBLICATIONS ORGANIQUES : CULTIVEZ VOTRE COMMUNAUTÉ !

Diffusées sur la page de votre entreprise, elles sont au cœur de tout secteur d'activité et établissent une connexion avec votre communauté et permettent une communication instantanée avec votre clientèle actuelle. Ces publications marquées par votre charte graphique sont le reflet de votre identité visuelle.

Elles sont partagées à vos abonnés pour renforcer le lien avec votre clientèle et permettent par exemple de partager des informations sur votre entreprise, de mettre en avant vos produits et réalisations ou de partager des conseils et avis divers.



- **BOOSTS : ÉTENDEZ VOTRE VISIBILITÉ LOCALE !**

Le boost amplifie la portée de vos publications organiques. En se concentrant spécifiquement sur votre communauté existante, il optimise la visibilité de votre contenu.

Sa pertinence réside dans sa capacité à toucher efficacement un public local ou spécifique, offrant ainsi une plateforme idéale pour diffuser des offres promotionnelles percutantes ou mettre en avant vos services.

En agissant comme un catalyseur de visibilité, le boost devient un outil stratégique incontournable pour accroître l'impact de vos communications et renforcer l'engagement au sein de votre communauté cible.

- **CAMPAGNES ADS : ATTIREZ UN PUBLIC CIBLE !**

A l'inverse des publications organiques et des boosts, les campagnes ADS ne sont pas destinées à votre communauté mais à vos prospects.

Elles ne sont pas visibles sur votre page mais dans le fil d'actualité des utilisateurs ciblés, en tant que contenu sponsorisé.

Cette approche percutante vise à atteindre le bon public au bon moment à travers divers supports : courtes vidéos, visuels fixes, textes diversifiés... Meta Business utilise un algorithme sophistiqué pour déterminer la composition la plus pertinente en fonction des préférences de chaque utilisateur pour maximiser l'impact de votre message.

En exposant votre audience à exposition répétée de votre campagne, vous renforcez la notoriété de votre marque, favorisant ainsi une meilleure résonance auprès de votre cible.



02 • CE QUE COMPREND NOTRE OFFRE

Un plan de communication à destination des réseaux sociaux

La réalisation d'un plan de communication personnalisé pour les réseaux sociaux d'une entreprise est essentielle pour maximiser l'efficacité de la présence en ligne et atteindre les objectifs spécifiques.

ALIGNEMENT AVEC LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Un plan de communication sur les réseaux sociaux doit être aligné sur les objectifs stratégiques de l'entreprise. Cela peut inclure des objectifs tels que l'augmentation de la notoriété de la marque, la génération de leads, l'engagement du public, le support client, la conversion des ventes, etc. Un plan personnalisé assure que chaque activité sur les réseaux sociaux contribue à la réalisation de ces objectifs.

ADAPTATION AU PUBLIC CIBLE

Chaque entreprise a un public cible spécifique avec des caractéristiques démographiques, des intérêts et des comportements distincts. Un plan de communication personnalisé prend en compte ces facteurs pour créer du contenu qui résonne avec le public cible, favorise l'engagement, et renforce la relation avec les clients potentiels et existants.

UTILISATION OPTIMALE DES PLATEFORMES

Différentes plateformes sociales ont des caractéristiques uniques et attirent des publics différents. Un plan personnalisé identifie les plateformes les plus pertinentes pour l'entreprise en fonction de ses objectifs et de son public cible. Par exemple, Instagram peut être plus adapté pour les entreprises axées sur le visuel, tandis que LinkedIn peut être essentiel pour les entreprises B2B.

GESTION EFFICACE DU CONTENU

Un plan de communication bien élaboré inclut une stratégie de contenu qui prend en compte la fréquence des publications, le type de contenu (texte, image, vidéo), les messages clés, et l'adaptation du contenu en fonction des tendances actuelles et des événements pertinents.

OPTIMISATION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES

Pour les entreprises utilisant la publicité sur les réseaux sociaux, un plan personnalisé identifie les audiences cibles, les messages publicitaires, et les canaux les plus appropriés pour maximiser le retour sur investissement publicitaire.



En résumé, un plan de communication personnalisé pour les réseaux sociaux permet à une entreprise de tirer le meilleur parti de sa présence en ligne en adaptant sa stratégie aux besoins spécifiques, aux objectifs, et au public cible, tout en permettant une mesure précise de la performance et des ajustements continus.

Réalisation de publications organiques

La réalisation de publications visuelles sur les réseaux sociaux d'une entreprise est une stratégie efficace pour plusieurs raisons :

CAPTURE DE L'ATTENTION

Les publications visuelles attirent généralement davantage l'attention que le contenu texte pur. Les images et les graphiques accrocheurs peuvent susciter l'intérêt immédiat des utilisateurs et les inciter à s'arrêter pour consulter le contenu.

MÉMORABILITÉ

Les informations visuelles sont mieux mémorisées par le cerveau humain par rapport au texte seul. Les images et les visuels créatifs laissent une impression plus durable, ce qui contribue à renforcer la reconnaissance de la marque.

ENGAGEMENT ÉLEVÉ

Les publications visuelles génèrent souvent un engagement plus élevé que le contenu texte seul. Les utilisateurs sont plus enclins à aimer, partager, commenter et interagir avec des publications visuelles, ce qui favorise la visibilité de l'entreprise sur les réseaux sociaux.



TRANSMISSION RAPIDE D'INFORMATIONS

Les visuels peuvent transmettre des informations de manière rapide et efficace. Une image peut souvent communiquer un message complexe ou une idée plus rapidement qu'un long texte, ce qui est particulièrement utile dans un environnement où l'attention des utilisateurs est limitée.

RENFORCEMENT DE LA MARQUE

Les publications visuelles sont une opportunité de renforcer l'identité visuelle de la marque. En utilisant des couleurs, des logos et des designs cohérents, une entreprise peut renforcer la reconnaissance de sa marque et créer une expérience visuelle distinctive.

PARTAGE FACILITÉ

Les visuels sont plus susceptibles d'être partagés sur les réseaux sociaux, contribuant ainsi à étendre la portée organique du contenu. Les utilisateurs sont plus enclins à partager des images intéressantes ou inspirantes avec leur réseau, ce qui peut augmenter la visibilité de l'entreprise.



ADAPTABILITÉ À DIVERS FORMATS

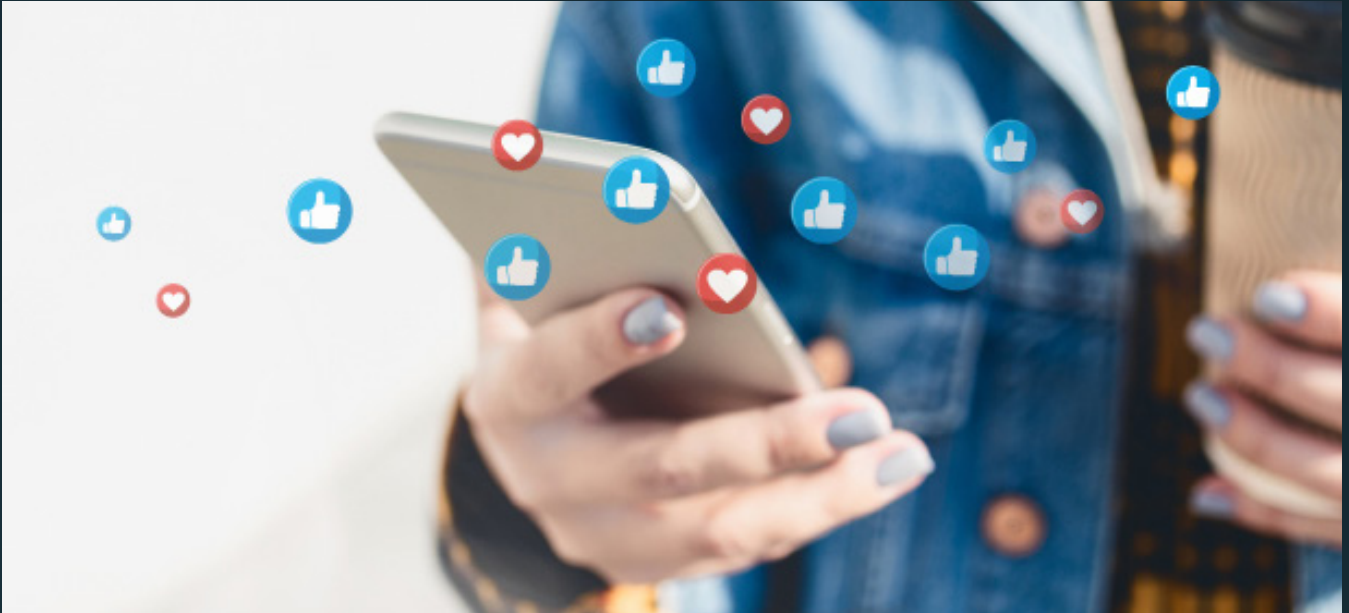
Les publications visuelles peuvent prendre de nombreux formats, tels que des images, des infographies, des vidéos, des GIF, etc. Cela offre une variété d'options pour créer du contenu attrayant qui correspond aux préférences et aux habitudes de consommation du public.

STORYTELLING VISUEL

Les visuels sont un moyen puissant de raconter une histoire. Les entreprises peuvent utiliser des images pour illustrer des expériences clients, partager des moments en coulisses, présenter des produits de manière créative, et plus encore, ce qui contribue à créer une connexion émotionnelle avec le public.

CONVIVIALITÉ MOBILE

Étant donné que de nombreux utilisateurs accèdent aux réseaux sociaux via des appareils mobiles, les publications visuelles sont souvent plus adaptées à la consommation mobile. Elles sont facilement scannables et peuvent être rapidement comprises, même sur des écrans plus petits.



En résumé, les publications visuelles sur les réseaux sociaux permettent à une entreprise de communiquer de manière plus percutante, d'accroître l'engagement, de renforcer la reconnaissance de la marque, et de créer un contenu plus partageable. C'est une stratégie essentielle pour captiver l'audience et tirer parti des avantages visuels offerts par les plateformes sociales.

Réalisation de campagnes publicitaires

Réaliser des campagnes publicitaires sur le groupe Meta Business, également connues sous le nom de Campagnes ADS, peut offrir de nombreux avantages aux entreprises.

PORTÉE ÉTENDUE

Avec plus de 3 milliards d'utilisateurs actifs, Facebook offre une portée énorme. Les campagnes publicitaires permettent aux entreprises de toucher un public vaste et diversifié, en fonction de critères de ciblage spécifiques.

CIBLAGE PRÉCIS

Facebook offre des outils de ciblage avancés qui permettent aux annonceurs de définir précisément leur public cible en fonction de critères tels que l'emplacement, l'âge, le sexe, les intérêts, le comportement en ligne, et bien d'autres. Cela permet d'atteindre les utilisateurs les plus pertinents pour les produits ou services de l'entreprise.

MESURE DE LA PERFORMANCE

Facebook fournit des outils analytiques robustes qui permettent aux annonceurs de mesurer la performance de leurs campagnes. Les données telles que les impressions, les clics, les conversions, et le retour sur investissement (ROI) peuvent être suivies et analysées pour optimiser les campagnes.

FLEXIBILITÉ DU BUDGET

Les campagnes publicitaires sur Meta Business sont adaptables à différents budgets. Les entreprises peuvent définir un budget quotidien ou total, et ajuster les dépenses en fonction de la performance de la campagne.

FORMATS DE PUBLICITÉ VARIÉS

Meta Business propose une variété de formats publicitaires, y compris les annonces photo, les annonces vidéo, les carrousels, les diaporamas, et plus encore. Cette diversité permet aux annonceurs de choisir le format qui convient le mieux à leur message.

ENGAGEMENT INTERACTIF

Les annonces Meta Business peuvent inclure des appels à l'action (CTA) qui encouragent l'engagement direct avec le contenu de la publicité. Cela peut inclure des boutons d'achat, des formulaires de génération de leads, des likes, des commentaires, etc.



VISIBILITÉ ACCRUE

Les annonces sur Meta Business apparaissent dans le fil d'actualité des utilisateurs, augmentant ainsi la visibilité et les chances d'interaction. Les annonces peuvent être diffusées sur Facebook et Instagram, plateformes du groupe Meta Business.

ACCESSIBILITÉ MOBILE

Étant donné que de nombreux utilisateurs accèdent aux réseaux sociaux via des appareils mobiles, les annonces Meta Business sont conçues pour être adaptées aux formats mobiles, permettant ainsi une visibilité accrue sur les appareils mobiles.



En résumé, les campagnes ADS Meta Business offrent aux entreprises une opportunité puissante d'atteindre un public cible précis, de mesurer la performance, d'interagir avec les utilisateurs, et d'optimiser leurs efforts publicitaires en fonction des résultats. Cette plateforme publicitaire joue un rôle important dans la stratégie marketing numérique de nombreuses entreprises.



03 • NOS OFFRES

1ÈRE FORMULE

- Rendez-vous de prise d'informations
- Création d'un plan de communication sur 12 mois
- Création de 24 publications organiques sous divers format
- Programmation des publications sur les réseaux du groupe Meta Business, sur le fil d'actualité ou en story
- Création d'une campagne ADS diffusée à trois reprises
- Boost de 4 publications sur 12 mois
- Rendez-vous de suivi à 6 mois et 12 mois

A partir de **5 500€ HT**

2ÈME FORMULE

- Rendez-vous de prise d'informations
- Création d'un plan de communication sur 12 mois
- Création de 24 publications organiques sous divers format
- Programmation des publications sur les réseaux du groupe Meta Business, sur le fil d'actualité ou en story
- Rendez-vous de suivi à 6 mois et 12 mois

A partir de **3 500€ HT**

3ÈME FORMULE

- Rendez-vous de prise d'informations
- Création d'un plan de communication
- Création de quatre campagnes ADS diffusées à trois reprises chacune
- Rendez-vous de suivi à 6 mois et 12 mois

A partir de **4 500€ HT**



● OPTIONS À LA CARTE :

CRÉATION ET PARAMÉTRAGE D'UNE PAGE (FACEBOOK, INSTAGRAM OU LINKEDIN)

● — A partir de **150€ HT par page**

CRÉATION ET PROGRAMMATION DE 6 PUBLICATIONS ORGANIQUES

● — A partir de **900€ HT**

CRÉATION D'UNE CAMPAGNE ADS

● — A partir de **990€ HT**

PARAMÉTRAGE ET DIFFUSION D'UNE CAMPAGNE ADS

● — A partir de **210€ HT**

PARAMÉTRAGE ET DIFFUSION D'UN BOOST

● — A partir de **150€ HT**

PROGRAMMATION D'UNE STORY

● — A partir de **90€ HT**

CRÉATION D'UN VISUEL SPÉCIFIQUE POUR UNE STORY – VISUEL FIXE

● — A partir de **150€ HT**

CRÉATION D'UN VISUEL POUR UNE STORY – VISUEL SOUS FORMAT VIDÉO (JUSQU'À 20SECONDES)

● — A partir de **890€ HT**

CRÉATION ET PUBLICATION D'UNE VIDÉO POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (10 À 20 SECONDES)

● — A partir de **890€ HT**

CRÉATION D'UNE SIGNATURE MAIL AVEC MENTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

● — A partir de **90€ HT**

CRÉATION D'UN QR CODE QUI REDIRIGE VERS UNE PAGE (FACEBOOK, INSTAGRAM OU LINKEDIN)

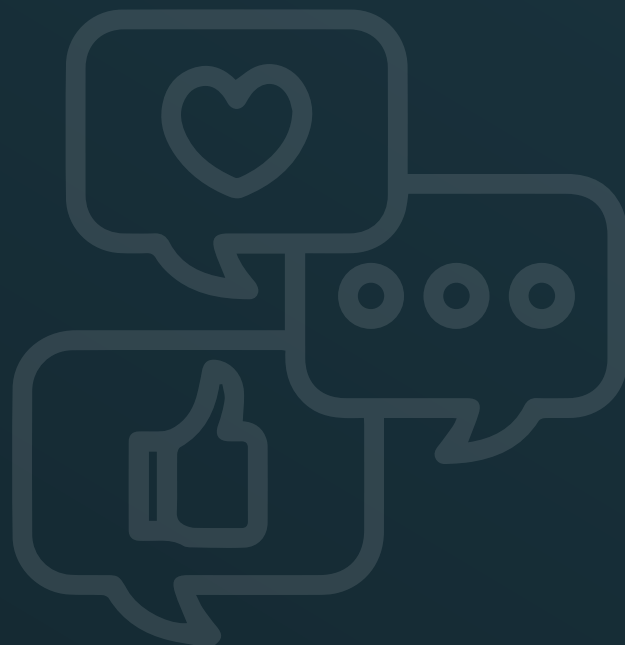
● — A partir de **90€ HT**

PROGRAMMATION DE PUBLICATIONS ORGANIQUES SUR LINKEDIN

● — A partir de **200€ HT**

CRÉATION DE PUBLICATIONS ORGANIQUES À DESTINATION DE LINKEDIN

● — A partir de **3 000€ HT**



DES VISUELS PROPOSÉS SOUS DIFFÉRENTS FORMATS

● Publication classique

FIDUCIAIRE

DES PRESTATIONS COMPLÈTES À VOTRE SERVICE

BÉNÉFICIEZ D'UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE !

COMPTABILITÉ

FISCALITÉ

GESTION DES SALIRES

ACCOMPAGNEMENT JURIDIQUE

POUR PLUS D'INFORMATIONS
06.45.73.38.09
www.fiduciaire.fr



● Carroussel

3 HUILES ESSENTIELLES INDISPENSABLES

- LAVANDE
- TEA TREE
- MENTHE POIVRÉE

LAVANDE
Une solution polyvalente, favorisant le sommeil, soulageant le stress et l'anxiété, apaisant les irritations cutanées et agissant comme un puissant agent désinfectant.

- Apaisante
- Relaxante
- Antibactérienne
- Anti-inflammatoire

TEA TREE
Lutte contre l'acné et les infections cutanées et aide à la purification de l'air ambiant.

- Antimicrobien
- Antifongique
- Antibactérienne

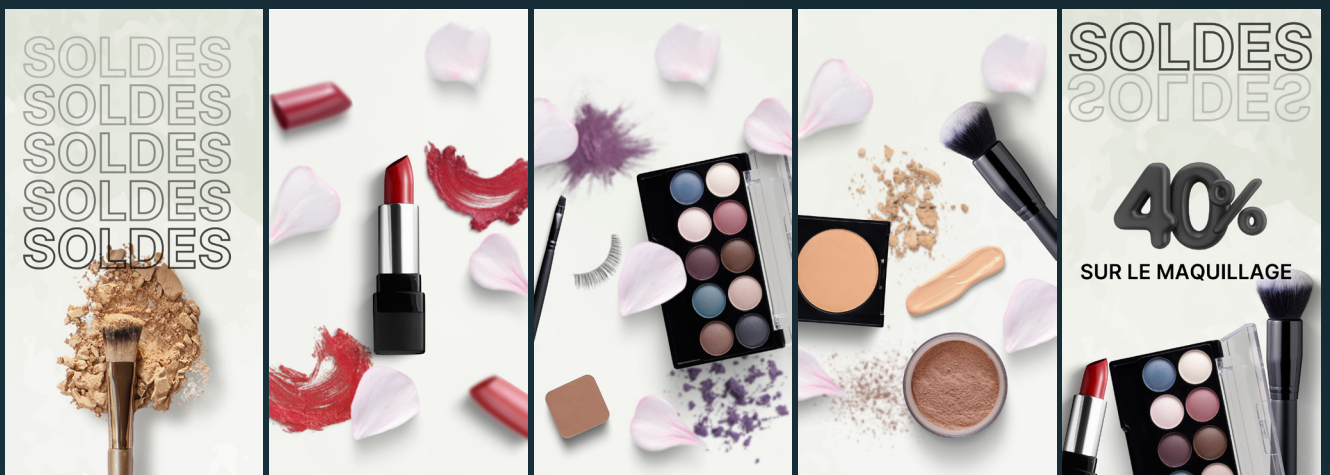
MENTHE POIVRÉE
Libérez-vous des maux de tête, boostez votre concentration, apaisez les nausées et détendez vos muscles fatigués.

- Rafraîchissante
- Analgésiques
- Anti-nauséuse

● Stories



● Story animée



https://youtu.be/_HAUy-G1zoc

● Réels



<https://youtu.be/s-r4U9-sMW0>



<https://youtu.be/SxtTHdTuDeE>

● Campagne ADS

CONFIEZ-NOUS VOTRE LOGEMENT !

I
N
T
É
R
I
E
U
R

EMBELLISSEZ !
MURS ● SOLS ● PLAFONDS

AMÉNAGEZ !
CLOISONS ● COMBLES

E
X
T
É
R
I
E
U
R

PROTÉGEZ !
FAÇADES ● TOITS

CONFIGUREZ !
TERRASSES ● ALLÉES ● CLÔTURES

☎ **06.45.73.38.09**
✉ **RENO@MAIL.COM**
📍 **ADRESSE**

CONTACTEZ-NOUS !

<https://youtube.com/shorts/BFOH-7zcxWg>

Pourquoi allier publications organiques et diffusion de campagnes publicitaires ?

L'efficacité d'une page Facebook ou Instagram via la diffusion de publications organiques et celle d'une campagne publicitaire diffusée via cette page sont étroitement liées, influencées par divers facteurs spécifiques à la plateforme. L'activité régulière sur la page et l'engagement préexistant offrent une base propice à la diffusion de campagnes publicitaires.

L'ALGORITHME

En se concentrant sur les publications organiques, une marque établit une base solide et résiliente face aux changements fréquents des algorithmes des médias sociaux. Les publications organiques, axées sur l'authenticité, la diversité des contenus et l'engagement organique, contribuent à maintenir une visibilité constante. L'algorithme donne plus d'impact à une page active, ayant une présence stable et efficace sur les réseaux sociaux.

ENGAGEMENT PRÉEXISTANT

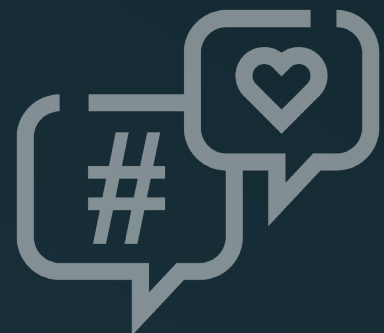
Une page Facebook ou Instagram avec un engagement préexistant offre un terrain propice à la diffusion de campagnes publicitaires. Les utilisateurs engagés ont plus de chances de réagir positivement aux annonces.

COHÉRENCE ET CONFIANCE DE LA MARQUE

Les publications organiques permettent la diffusion de contenu authentique et reflètent la cohérence de la marque en termes de visuels, de ton et de message. Les campagnes publicitaires doivent s'aligner avec cette cohérence pour renforcer l'identité de la marque.

Une page qui inspire confiance par le biais de contenus de qualité et d'une gestion proactive renforce la confiance des utilisateurs envers la marque. Les annonces diffusées depuis cette page bénéficient de cette confiance accrue.

Un prospect découvrant une entreprise via une campagne publicitaire doit, en se rendant sur la page associée, découvrir du contenu régulier pour gagner cette confiance et obtenir davantage d'informations sur l'entreprise. Arriver sur une page non active peut entraîner le doute chez le prospect concerné.





CONSTRUCTION DE L'AUDIENCE ET CIBLAGE AMÉLIORÉ

Les publications organiques aident à construire une audience engagée et fidèle. Les données démographiques et comportementales des utilisateurs de la page peuvent être utilisées pour améliorer le ciblage des campagnes publicitaires. Une connaissance approfondie par l'algorithme de l'audience contribue à une publicité plus pertinente et efficace.

RÉACTIVATION DE L'AUDIENCE

Les campagnes publicitaires sur Facebook peuvent viser spécifiquement les utilisateurs qui ont interagi avec la page mais n'ont pas converti. Cela permet de réactiver l'audience existante et de les ramener vers la page pour une nouvelle interaction.

EFFET DE LEVIER

Une page Facebook peut être utilisée comme un levier pour promouvoir plus activement les campagnes publicitaires, en partageant les annonces directement sur la page et en encourageant l'interaction des utilisateurs avec ces annonces.

INTERACTION CROISÉE

Les campagnes publicitaires peuvent être conçues pour encourager l'interaction croisée en incitant les utilisateurs à aimer, commenter, ou partager les annonces. Cette interaction se reflète sur la page, renforçant ainsi l'engagement global.

Une approche cohérente entre la gestion de la page Facebook et la création de campagnes publicitaires peut maximiser l'efficacité de l'ensemble. La synergie entre une page bien entretenue et des campagnes publicitaires stratégiques peut conduire à une meilleure performance globale sur la plateforme.



LES BONNES PRATIQUES

Afin que les résultats obtenus soient optimaux, la gestion des réseaux sociaux nécessite une collaboration entre notre agence et votre entreprise. Vous trouverez ci-dessous des exemples de bonnes pratiques, certaines d'entre elles nécessitant une implication de votre part

- Maintenir une régularité dans la mise en ligne de publications organiques
- Publier du contenu sous formats variés : Images, Réels, Carrousels, Stories
- Publier du contenu varié et engageant
- Créer un Hashtag de marque sur Instagram ou LinkedIn, à retrouver sur chaque publication
- Optimiser le paramétrage de chaque page (Facebook, Instagram ou LinkedIn)
- Partager les publications mises en ligne sur vos pages dans des groupes locaux ou pertinents dans votre secteur d'activité
- S'engager avec votre audience et intervenir (like ou commentaire) sur des pages liées à votre secteur d'activité et s'abonner aux Hashtags de niche du secteur
- Mettre en avant chaque page sur votre site et autres plateformes digitales
- Mettre en avant chaque page dans les signatures mail de votre société
- Mettre en avant chaque page via un QR code à imprimer sur divers supports (flyer, carte de visite, salle d'attente, ticket de caisse, accueil, ...)
- Si une collaboration est possible, identifier d'autres pages sur les publications (fournisseurs, clients...)

Suivi et accompagnement

Les rapports permettent d'évaluer la performance globale de la stratégie sur les réseaux sociaux. En analysant les données, les entreprises peuvent mesurer les indicateurs clés de performance (KPI) tels que l'engagement, la portée, les clics, les conversions, etc. Cela permet de déterminer ce qui fonctionne bien et ce qui peut être amélioré.

En comprenant les résultats des efforts sur les réseaux sociaux, les entreprises peuvent apporter des ajustements continus à leur stratégie. Cela inclut l'optimisation des types de contenu, des horaires de publication, des formats d'annonce, des audiences cibles, etc., pour maximiser l'efficacité.

Les rapports offrent une occasion d'apprendre de l'expérience passée. Les erreurs peuvent être identifiées, les succès peuvent être analysés, et ces connaissances peuvent être utilisées pour améliorer continuellement la stratégie sur les réseaux sociaux.

En conclusion, la réalisation de 2 reportings dans l'année nous permettra d'ajuster la stratégie, d'optimiser les ressources, et de rester alignées sur les objectifs.



Agence Inova.



Tarif de la formule :

À partir de 3 500€ HT



Durée des prestations :

12 mois

