



Pour créer une page entreprise Facebook il faut d'abord avoir un compte Facebook

Donc ici = vous avez deux options:

1. Créer la Page Facebook avec votre Compte Personnel actuel; ou
2. Créer un nouveau Compte Personnel pour votre Entreprise et créer votre Page Facebook avec ce nouveau Compte Personnel. Notez que ce nouveau compte devra être associé au nom d'une PERSONNE – et non pas avec le nom de votre Entreprise.

Laquelle je préfère? Ça dépend.

Je préfère l'option 1

-Si vous utilisez votre compte actuel Facebook uniquement pour des raisons professionnelles, alors vous pouvez utiliser ce compte pour administrer votre page entreprise.

Je préfère l'option 2 quand

-a. Vous utilisez votre page personnelle pour votre vie privée car vos paramètres de confidentialité pour votre compte Facebook\profil administrateur doivent être publics pour développer votre audience et fan base. Voilà pourquoi nous vous recommandons d'avoir un compte=profil administrateur public et un compte=profil personnel privé si vous utilisez Facebook pour vos relations privées..

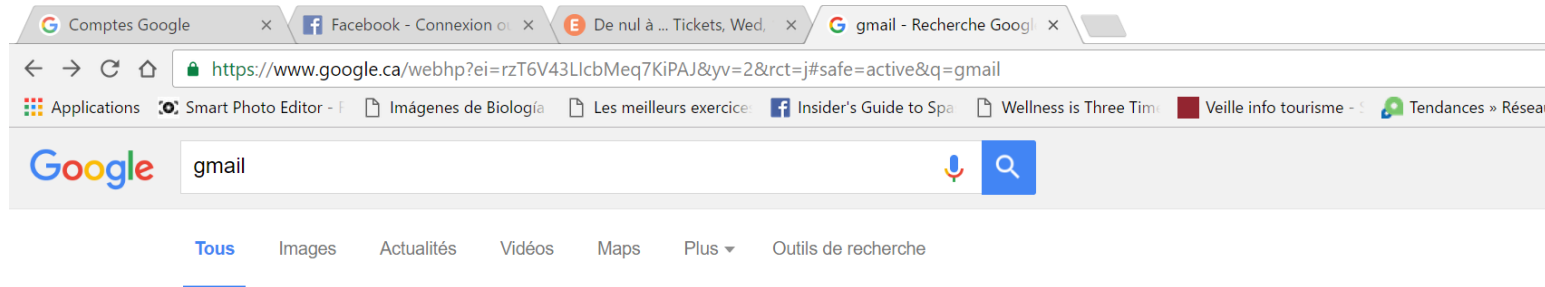
-b .la Page Facebook est pour une Entreprise et que l'Entreprise désire garder le contrôle sur sa présence Web. Si une Entreprise demande à l'employé X de créer la page, et que l'employé X quitte l'emploi dans cette Entreprise, il faudra trouver d'autres administrateurs. Dans ce cas-ci, je suggère à l'Entreprise de créer un Compte Personnel pour l'Entreprise avec un nom de personne quelconque (pas le nom de l'Entreprise). Ce Compte Personnel n'apparaîtra aucunement sur votre Page Facebook. Il servira seulement à créer et administrer votre Page. Si vous optez pour cette option, n'oubliez pas d'ajouter un 2e Admin puisque Facebook pourrait supprimer l'Admin principal puisque le compte est en réalité un "faux compte".

Notez qu'il y a pleins de restrictions sur le nom du Compte Personnel. On ne peut pas utiliser "Admin, Administrateur,Groupe, Produit, Service, Pizza, Online, Entreprise..." dans le nom d'un Compte Personnel. On doit utiliser un nom et un prénom avec au moins 3 caractères.

Voici les étapes pour créer un compte Facebook.

POUR AVOIR UN COMPTE FACEBOOK IL FAUT AVOIR UNE ADRESSE COURRIEL.

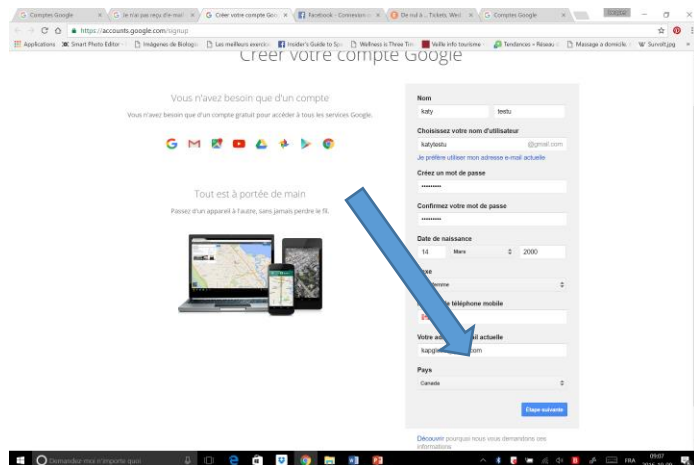
CRÉER UNE ADRESSE COURRIEL :



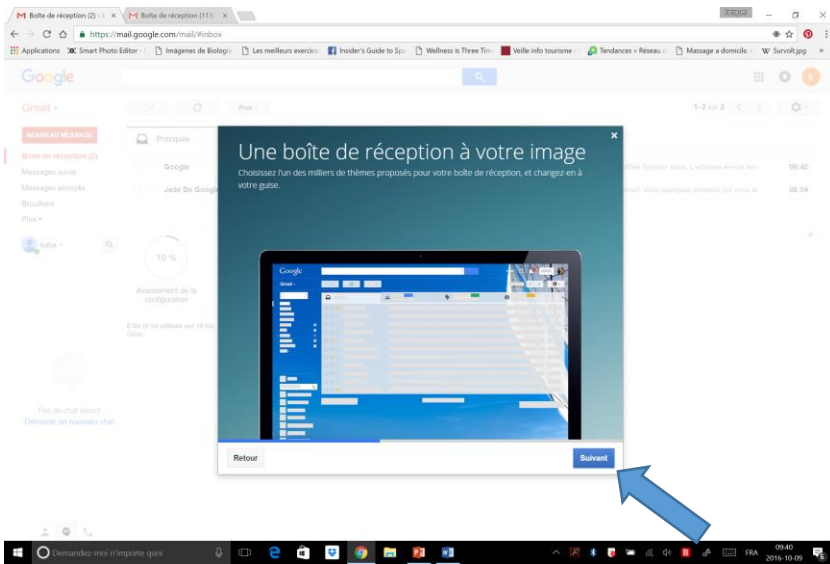
Gmail - Google
<https://www.google.com/gmail/> Traduire cette page
Gmail is email that's intuitive, efficient, and useful. 15 GB of storage, less spam, and mobile access.



Remplir le formulaire d'inscription à Gmail et créer votre courriel



Faire suivant jusqu'à ce que



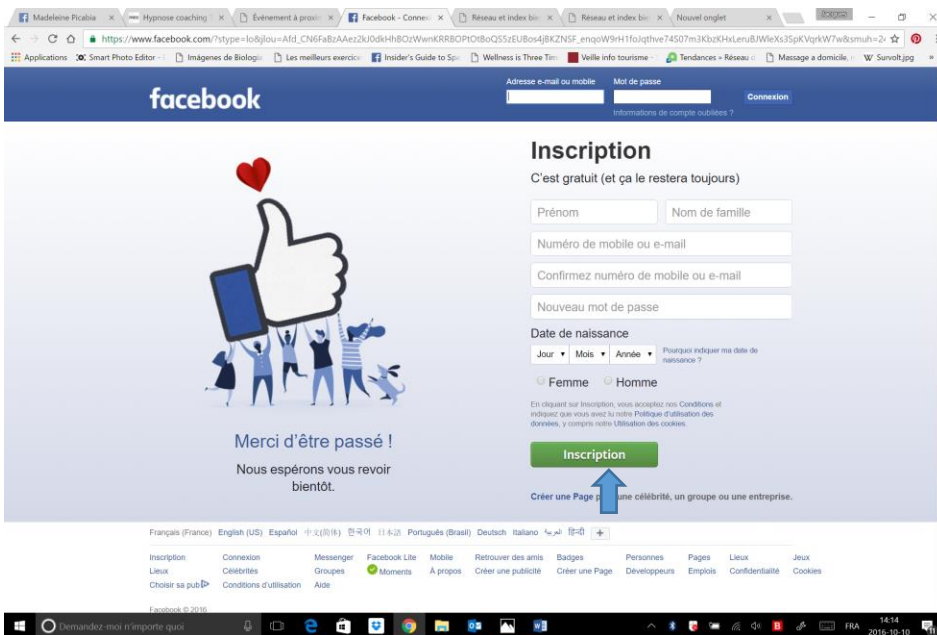
Vous obtenez la page ci-dessous, cliquez sur chaque cercle pour compléter et confirmer votre inscription

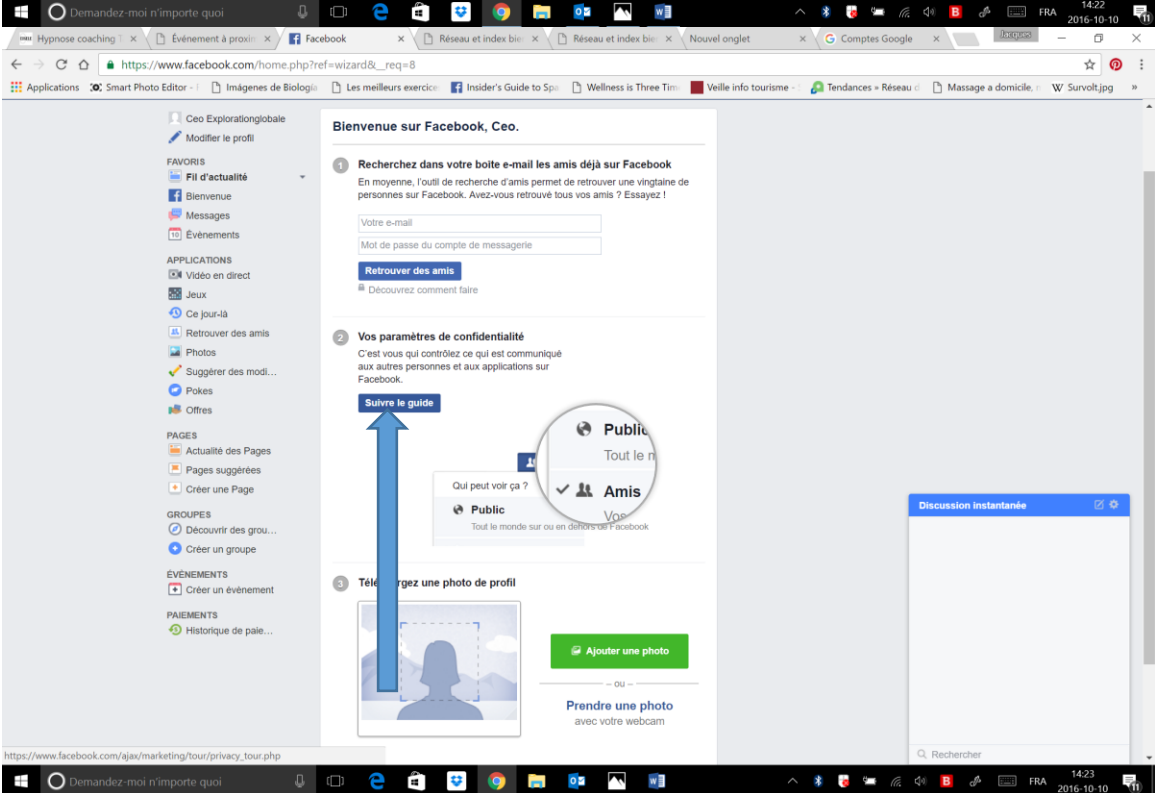
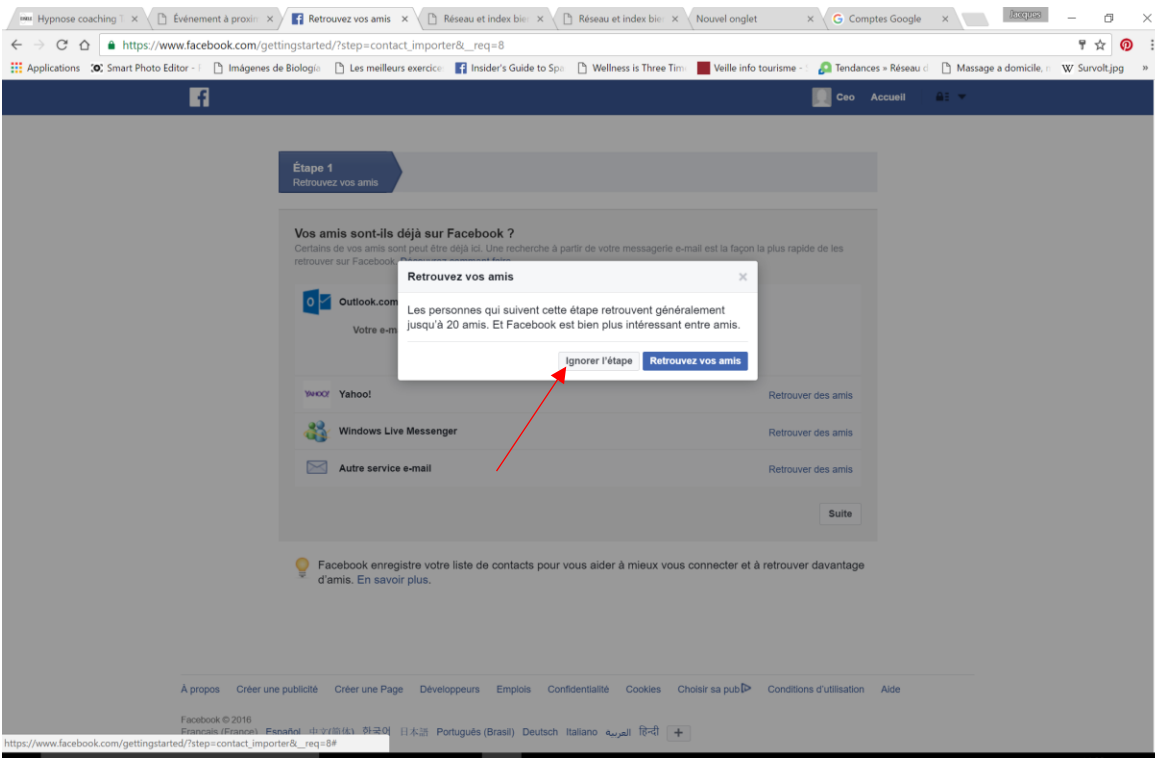


Vous avez une nouvelle adresse e-mail; Important de retenir votre email et votre mot de passe

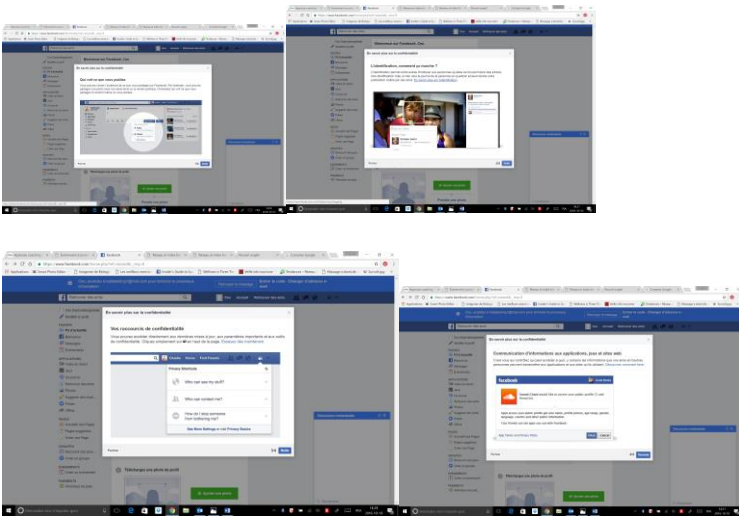
CRÉER SON COMPTE FACEBOOK (POUR ADMINISTRER SA PAGE ENTREPRISE FACEBOOK)

Complétez le formulaire

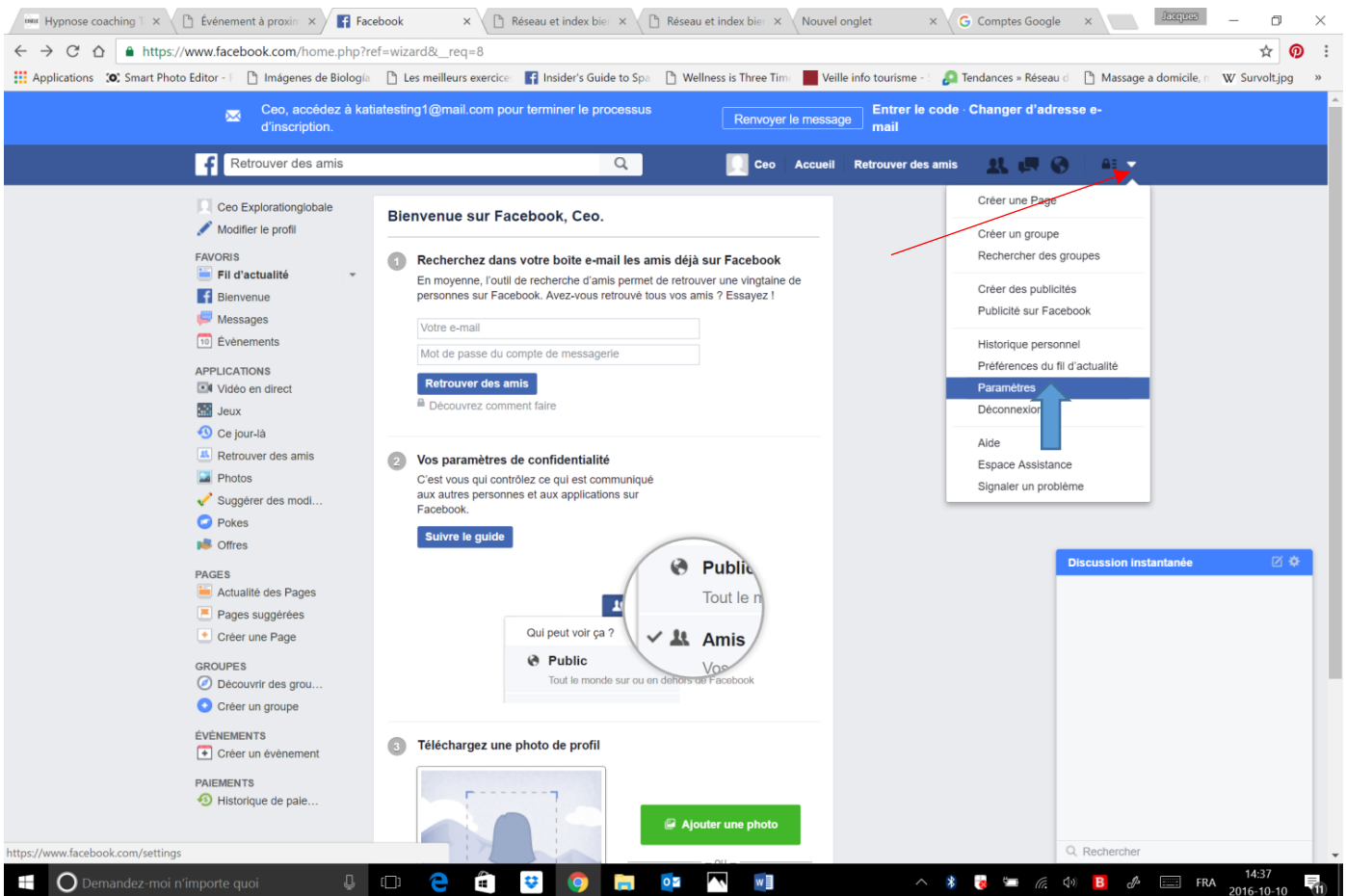




Cliquez *suite* sur les 4 prochaines pages

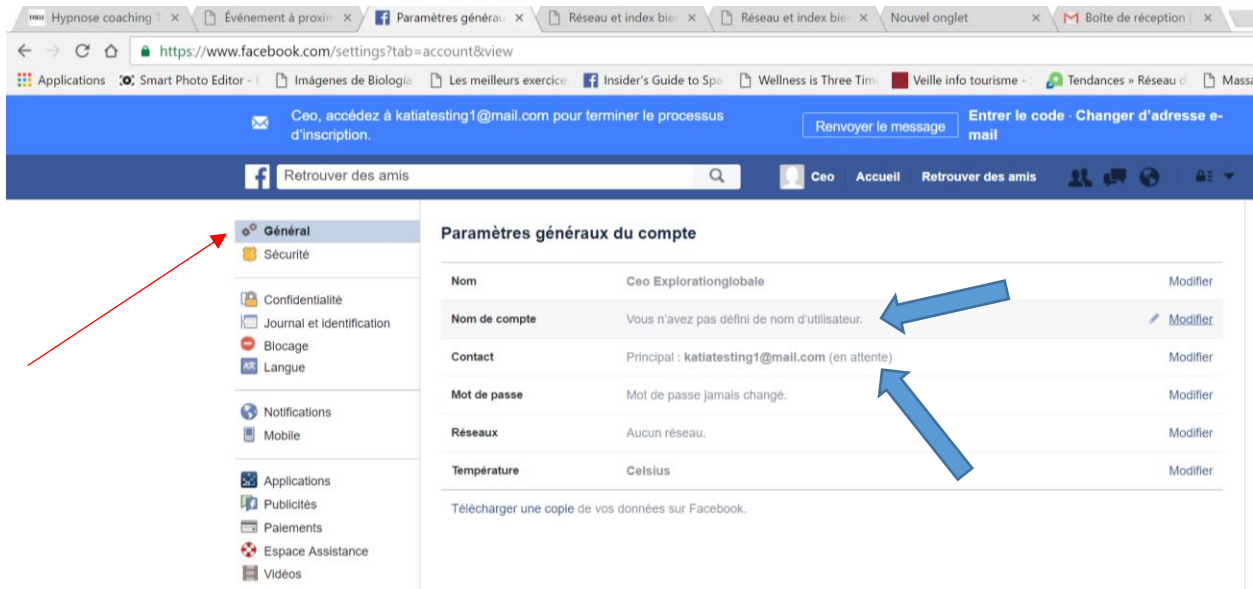


Une fois le tour fait (lisez pour votre information) retour à la page et cliquez sur la flèche blanche en haut à droite puis dans la liste du menu qui se déroule, puis cliquez sur paramètres, vous arrivez sur...

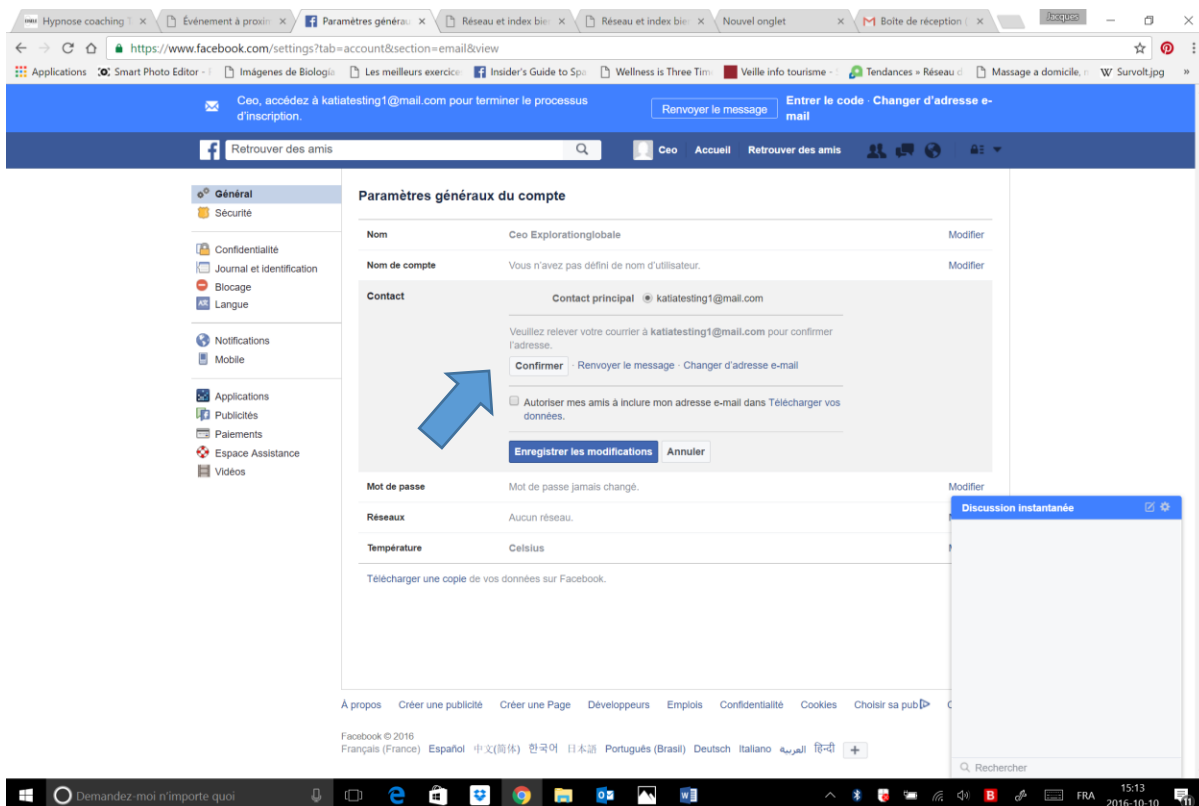


...Les paramètres généraux du compte. Définir plus tard votre nom d'utilisateur **il sert à créer un lien URL court de votre profil Facebook.**

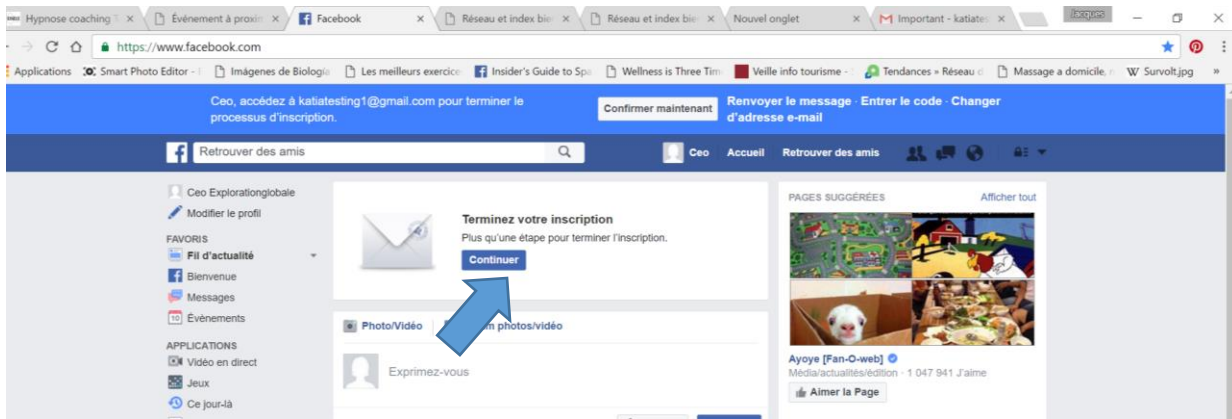
Ensuite aller effectuer la confirmation de votre courriel **si nécessaire**



Effectuez la confirmation du courriel **avec le code envoyé par Facebook sur votre boîte de courriel gmail.**



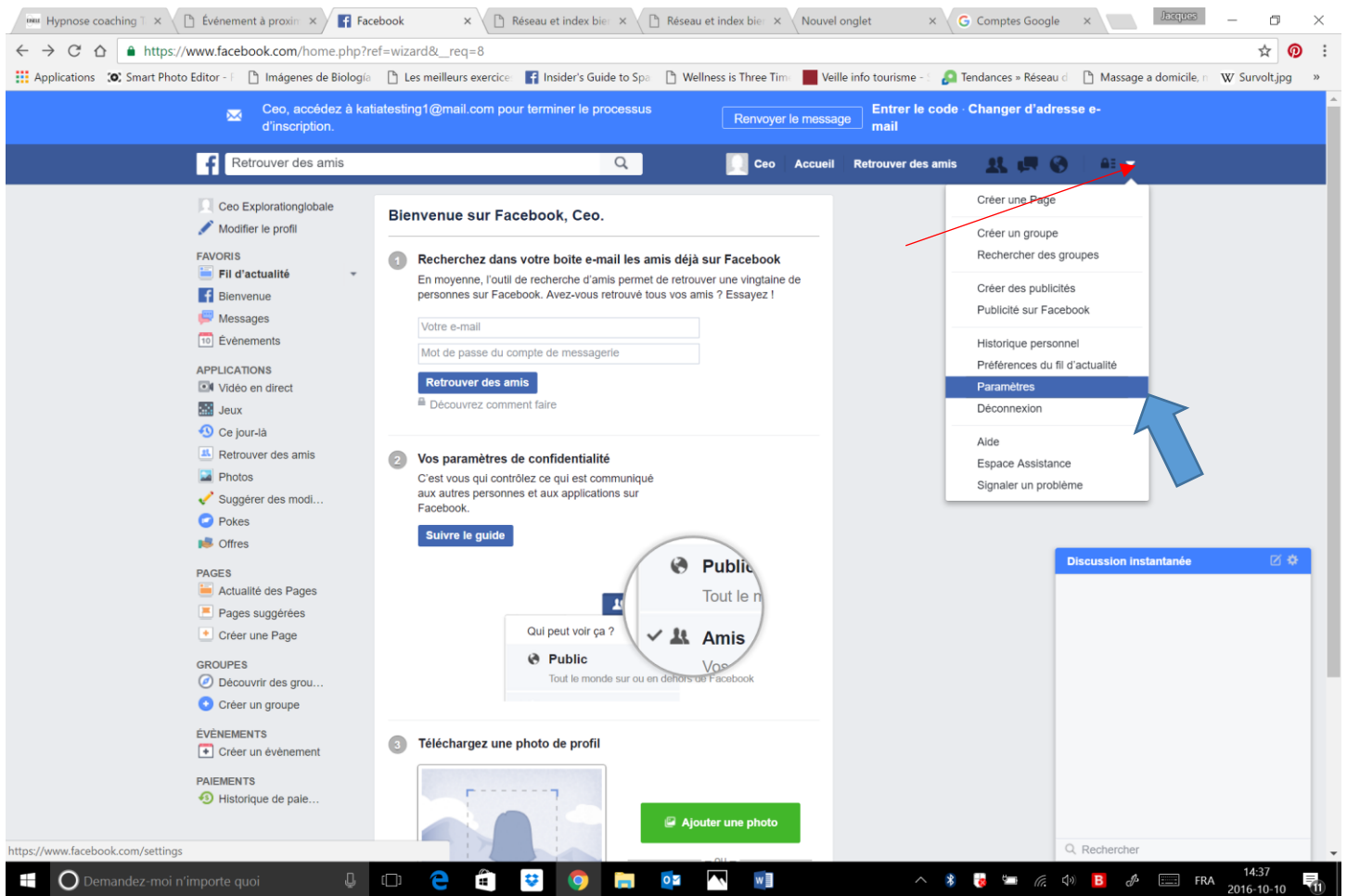
Finalisez



Votre profil Administrateur est créé

Il faut maintenant compléter les images **ce que nous ferons ultérieurement** et fixer les paramètres de confidentialité.

Paramètres de confidentialité



The screenshot shows the Facebook settings page for a user named 'Ceo'. The left sidebar contains various settings categories: Général, Sécurité, Confidentialité, Journal et identification, Blocage, Langue, Notifications, Mobile, Applications, Publicités, Paiements, Espace Assistance, and Vidéos. A blue arrow points to the 'Confidentialité' category. The main content area is titled 'Paramètres généraux du compte' and lists several account details:

Nom	Ceo Explorationglobale	Modifier
Nom de compte	Vous n'avez pas défini de nom d'utilisateur.	Modifier
Contact	Principal : katiatesting1@gmail.com	Modifier
Mot de passe	Mot de passe jamais changé.	Modifier
Réseaux	Aucun réseau.	Modifier
Température	Celsius	Modifier

At the bottom of this section, there is a link: 'Télécharger une copie de vos données sur Facebook.'

Il faut maintenant ouvrir votre profil administrateur au public! Ce qui était automatique autrefois mais plus maintenant!

The screenshot shows the 'Paramètres et outils de confidentialité' page. The left sidebar is similar to the previous screenshot, but 'Confidentialité' is selected. The main content area is titled 'Paramètres et outils de confidentialité' and includes a warning: 'Vous êtes mineur(e). Nous avons donc mis en place des étapes supplémentaires. En savoir plus'.

Under the heading 'Qui peut voir mon contenu?', there are three settings:

- Qui peut voir vos futures publications ?**: Set to 'Amis'. A blue arrow points to this setting.
- Examinez toutes les publications et tous les contenus dans lesquels vous êtes identifié(e)**: Set to 'Utiliser l'historique personnel'.
- Limiter l'audience des publications que vous avez ouvertes aux amis de vos amis ou au public ?**: Set to 'Limiter l'audience des anciennes publications'.

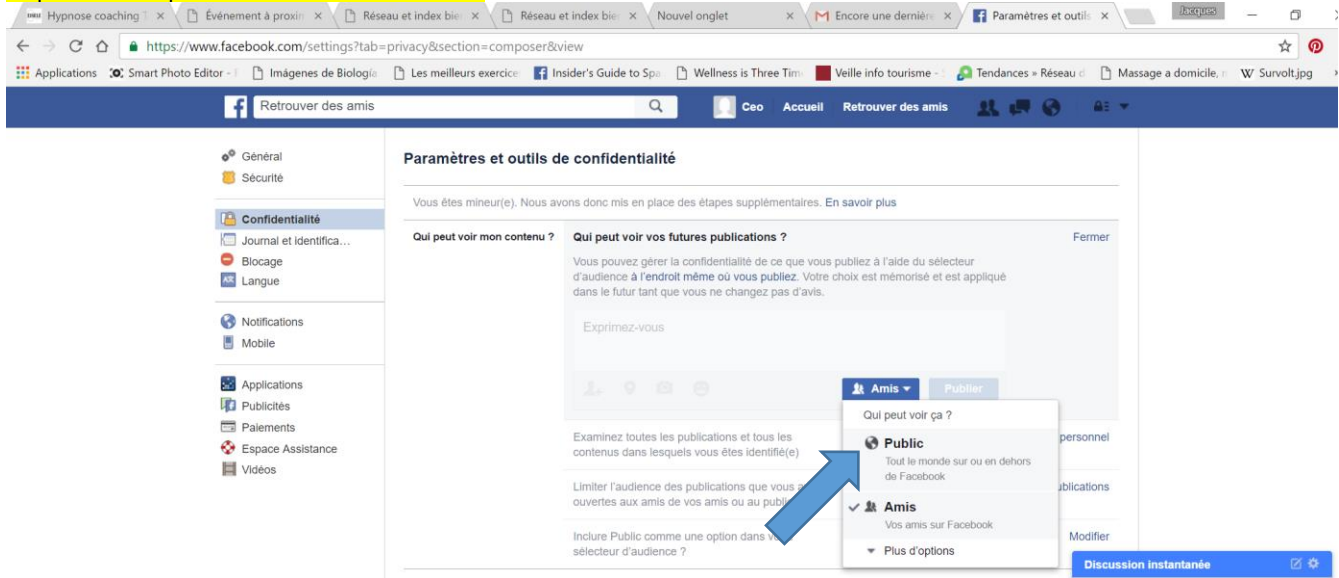
Below these is a section titled 'Inclure Public comme une option dans votre sélecteur d'audience ?' with a 'Fermer' button. It contains an information icon and text: 'Si vous choisissez Public comme audience pour une publication, celle-ci pourra être vu par toutes les personnes connectées ou non à Facebook, pas uniquement vos amis. Vous, ainsi que les personnes que vous identifiées dans une publication publique, pourrez recevoir des invitations de personnes que vous ne connaissez pas personnellement. En savoir plus.' It also states: 'Vous pouvez toujours changer la visibilité d'une publication en utilisant le sélecteur d'audience.' Below this text is a button: 'Autoriser la publication à Public'. A blue arrow points to this button.

Under the heading 'Qui peut me contacter?', there are three settings:

- Qui peut vous envoyer des invitations à devenir ami ?**: Set to 'Tout le monde'. A blue arrow points to this setting.
- Qui peut vous trouver avec une recherche ?**: Set to 'Tout le monde'.
- Qui peut vous trouver à l'aide de l'adresse e-mail que vous avez fournie ?**: Set to 'Tout le monde'.
- Qui peut vous trouver à l'aide du numéro de téléphone que vous avez fourni ?**: Set to 'Tout le monde'.
- Voulez-vous que les moteurs de recherche en dehors de Facebook affichent votre profil ?**: Set to 'Oui (quand j'aurai 18 ans)'.

At the bottom of the page, there is a footer with links: 'À propos', 'Créer une publicité', 'Créer une Page', 'Développeurs', 'Emplois', 'Confidentialité', 'Cookies', 'Choisir sa pub', and 'C'.

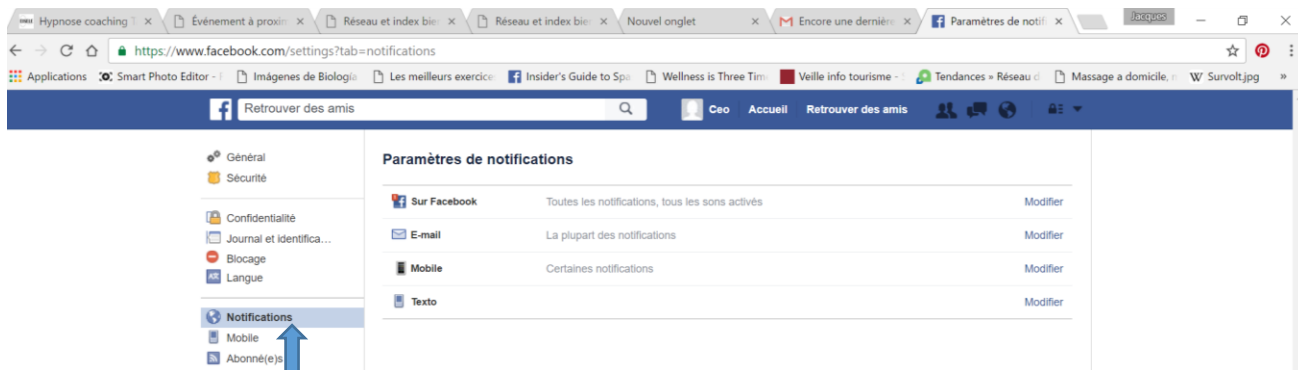
L'option Public paraîtra il faut la sélectionner



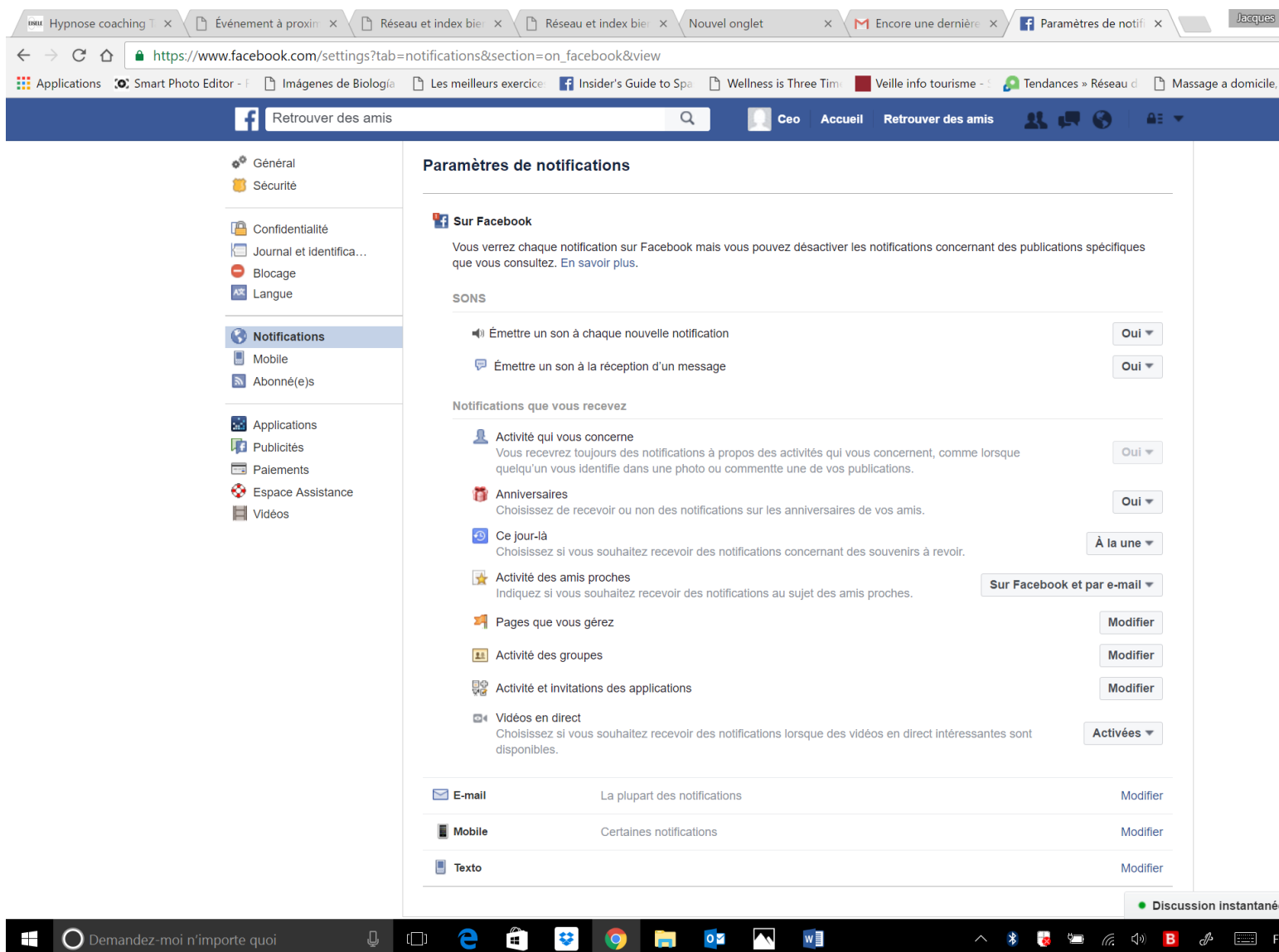
Vos paramètres de confidentialité pour votre profil administrateur doivent être publics pour développer votre audience et fan base. Voilà pourquoi nous vous recommandons d'avoir un compte=profil administrateur et un compte=profil personnel.



Pour les alertes d'activité, je vous laisse déterminer les options que vous désirez :



Vous pouvez modifier les alertes en tout temps en passant par cette section



CRÉATION DE VOTRE PAGE ENTREPRISE FACEBOOK:

NOUS ENTRONS MAINTENANT DANS LE VIF DU SUJET : LA CRÉATION DE VOTRE PAGE ENTREPRISE

Pourquoi une page entreprise et pas seulement une page Facebook?

- A. Parce qu'un profil Facebook ne peut recueillir que 5000 amis, alors que la page entreprise Facebook n'a pas de limite de Fans.
- B. Parce que l'algorithme (programme) de dispersion des nouvelles n'est pas le même pour le particulier et l'entreprise
- C. Parce que plusieurs options de diffusion sont offertes exclusivement avec la page entreprise (diaporama, avis, appel à l'action, description de l'entreprise et de sa mission, etc...)

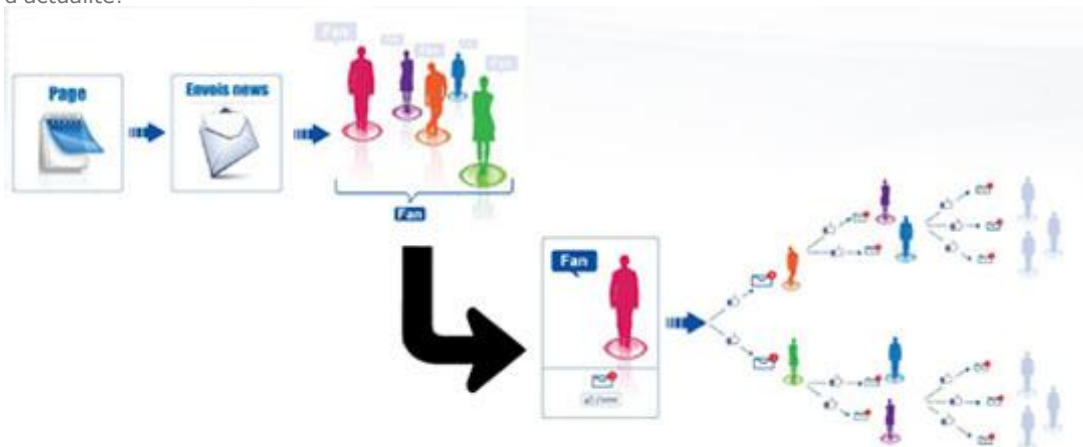
Quelle utilité?

Tout d'abord :

- Donner une dimension humaine à votre entreprise
- Prendre le pouls de votre marché
- donner une profondeur à votre action
- Former une communauté autour de votre marque
- fidéliser votre clientèle
- augmenter votre référencement sur le web

Comment ça marche?

Lorsqu'une personne aime votre page, il devient membre de votre communauté et par la même occasion, un nouvel ambassadeur de votre marque. Chaque information que vous délivrerez sur votre page entreprise sera alors propagée sur les pages personnelles des membres de votre communauté, mais ce n'est pas tout puisque leurs propres contacts en seront également informés à travers le fil d'actualité!



VOTRE CHOIX DE NOM

Choisissez le nom de la Page Facebook avec prudence

Facebook permet maintenant la possibilité de changer le nom de votre Page d'Entreprise à condition d'avoir moins de 200 j'aime. Toutefois, vous êtes limités dans le nombre de fois que vous pourrez changer le nom de la Page. Donc, bien choisir le nom de votre Page puisque dès que vous aurez 200 adeptes, vous ne pourrez pas le changer. Je rencontre régulièrement des clients qui ont des Pages Facebook avec des mauvais noms, et parfois des très mauvais noms... Mais quand on a 6,000 adeptes, c'est difficile de changer son nom.

Erreurs communes à éviter avec les noms de page.

Vérifiez les entreprises avec le même nom que le vôtre, cela peut porter à confusion

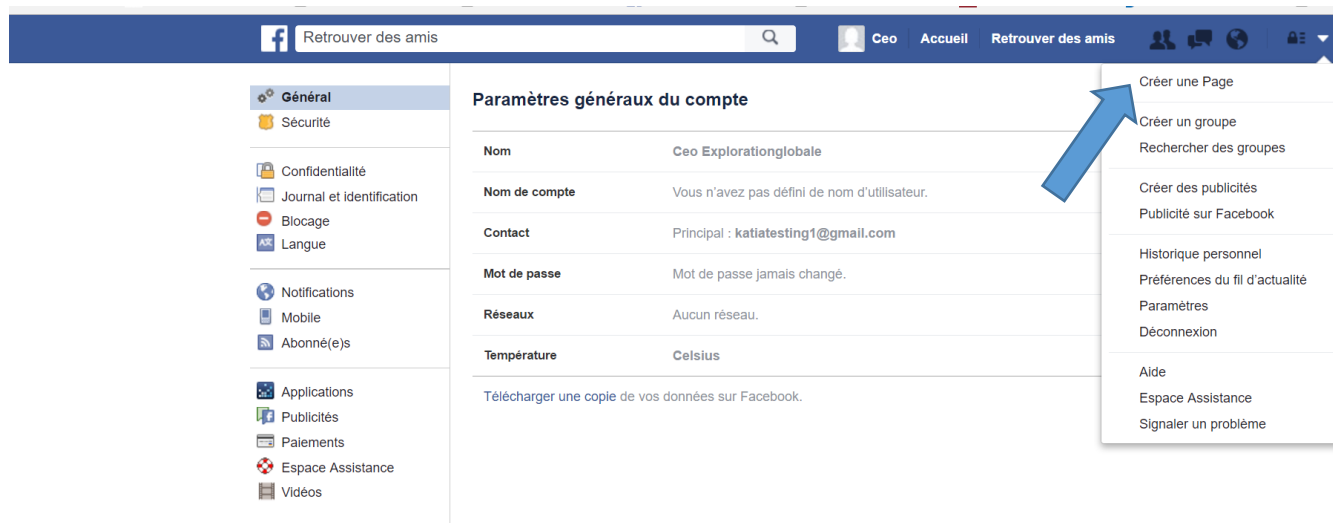
Si le nom de votre entreprise est SPA Douceur Montréal – nommez votre Page SPA Douceur Montréal avec les majuscules, les accents et les espaces. Ne la nommez pas SpaDouceurMontréal ou Spa Douceur Montreal. Assurez-vous de bien taper car après 200 J'aime – vous devrez peut-être vivre avec vos erreurs ou recommencer à zéro.

Ajout du INC ou du ENG dans le nom de la Page. Vraiment? Ne nommez pas votre page Spa Mélodie Montréal Inc ou Eng. Personne n'utilise .inc ou .eng dans le Web.

Éviter le nom de la Page en majuscules SPA DOUCEUR MONTRÉAL à moins que ça fasse partie de votre identité Web ou de votre Logo.

Les gens utilisent les espaces quand ils recherchent votre Page.. J'ai travaillé avec un client dont le nom de la Page était Sportlatka (fictif). Le nom aurait du être Sport Latka (avec espace). Quand les gens tapaient "Sport Latka" dans Facebook, la Page n'apparaissait pas. Il fallait taper Sportlatka pour voir la Page.

Notez que vous pouvez fusionner 2 pages dans Facebook. Donc, dans ce cas, j'ai déjà recommandé à un client de créer une nouvelle Page avec le bon nom, de garder l'ancienne Page, et de combiner les 2 pages au moment où le nombre de J'aime dans la nouvelle page dépasse le nombre de J'aime dans la page avec le nom erroné. Donc, si la Page originale avait 500 J'aime, la nouvelle Page a 501 J'aime – on combine la Page originale avec la nouvelle Page et on se retrouve avec la Page bien nommée avec 1001 J'aime (moins les duplications évidemment).



The screenshot shows the Facebook account settings page. The top navigation bar includes the search bar, the user's name 'Ceo', and the 'Accueil' and 'Retrouver des amis' buttons. The left sidebar contains various settings categories: Général, Sécurité, Confidentialité, Journal et identification, Blocage, Langue, Notifications, Mobile, Abonné(e)s, Applications, Publicités, Paiements, Espace Assistance, and Vidéos. The main content area is titled 'Paramètres généraux du compte' and displays the following information:

Nom	Ceο Exploratiοnglobale
Nom de compte	Vous n'avez pas défini de nom d'utilisateur.
Contact	Principal : katiatesting1@gmail.com
Mot de passe	Mot de passe jamais changé.
Réseaux	Aucun réseau.
Température	Celsius

Below the table, there is a link: 'Télécharger une copie de vos données sur Facebook.' In the top right corner, a dropdown menu is open, showing options: 'Créer une Page', 'Créer un groupe', 'Rechercher des groupes', 'Créer des publicités', 'Publicité sur Facebook', 'Historique personnel', 'Préférences du fil d'actualité', 'Paramètres', 'Déconnexion', 'Aide', 'Espace Assistance', and 'Signaler un problème'. A blue arrow points to the 'Créer une Page' option.

Sélectionner la catégorie qui correspond à votre entreprise (ex : marque ou produit ici)

Créer une Page

Créez une Page Facebook pour établir une relation plus étroite avec votre audience et vos clients.

Pages que j'aime

Pages dont je suis administrateur

The screenshot shows a grid of six category options for creating a Facebook page. A blue arrow points to the 'Marque ou produit' category, which is highlighted. The categories are:

- Lieu ou commerce local (Icon: storefront)
- Entreprise, organisme ou institution (Icon: building)
- Marque ou produit (Icon: document with heart, highlighted with a blue arrow)
- Artiste, groupe ou personnalité publique (Icon: person silhouette with stars)
- Divertissement (Icon: person at a podium)
- Cause ou communauté (Icon: heart on a sign)

Indiquez le nom de votre Page, acceptez les conditions et cliquez sur Démarrer. Notez qu'il vous sera possible de modifier le nom de votre Page par la suite (et cela tant que vous n'aurez pas dépassé 200 Fans).

Ensuite, il vous faudra indiquer quelques informations sur votre Page :

The screenshot shows a progress bar with three steps: 1 À propos, 2 Photo de profil, and 3 Ajouter aux favoris. A blue arrow points to the '3 Ajouter aux favoris' step. Below the progress bar, there is a 'Conseil' section with the following text:

Conseil : ajoutez une description et un site web pour améliorer la position de votre Page dans les résultats de recherche.
Les champs marqués d'un astérisque (*) sont obligatoires.

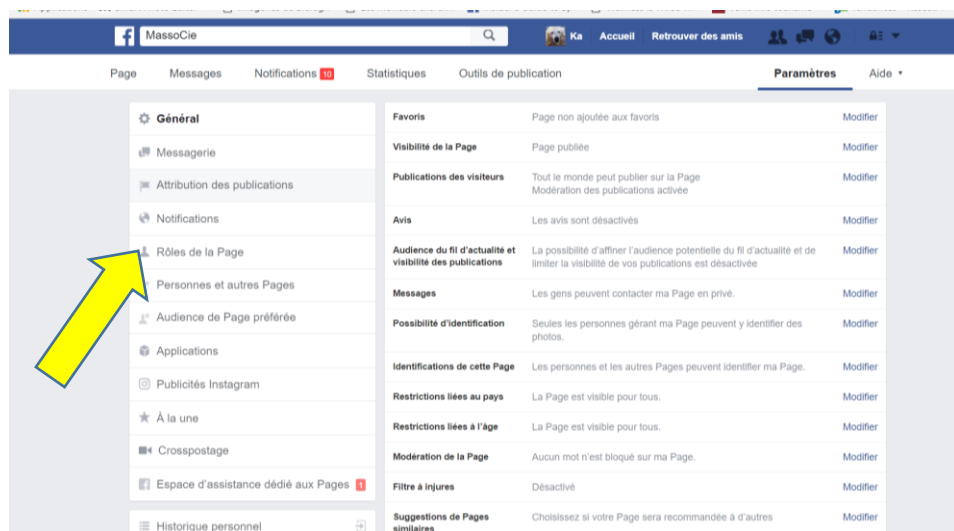
On vous demandera ensuite de télécharger votre image de Profil. Ignorons cette partie nous la modifierons plus tard.

Enfin vous pourrez ajouter votre Page en favoris.

Bravo ! Votre Page est à présent créée. Il va maintenant falloir l'améliorer un peu et ensuite la faire connaître !

Décider des rôles

En tant que créateur de la Page vous êtes nommé automatiquement Administrateur.



Si vous désirez travailler à plusieurs sur la Page profitez-en pour nommer les différents administrateurs, en allant dans **la page entreprise et cliquez paramètre, puis rôle de la page**, qui peuvent être au choix :

Administrateur : Gérer les rôles d'administration, envoyer des messages, créer des publications et des publicités, ainsi que de voir les statistiques.

Éditeur : Modifier la Page, envoyer des messages, créer des publications et des publicités, ainsi que de voir les statistiques.

Modérateur : Répondre ou supprimer des commentaires, envoyer des messages, créer des publicités, ainsi que de voir les statistiques.

Annonceur : Créer des publicités et voir les statistiques.

Analyste de statistiques : Voir les statistiques.

Établir le lien entre son profil et sa Page.

Deux choses à faire :

- Indiquez **sur votre compte administrateur** que vous « travaillez » chez **Nom de votre Page Entreprise**

Première étape pour promouvoir votre Page, faire en sorte qu'elle apparaisse sur votre Profil personnel dans la zone « Travaille à ». En effet cette information est la première chose que les gens voient sur votre Profil.

Pour éditer cette section, cliquez sur *À Propos*, puis sur *Modifier* dans *Emplois et scolarité*.

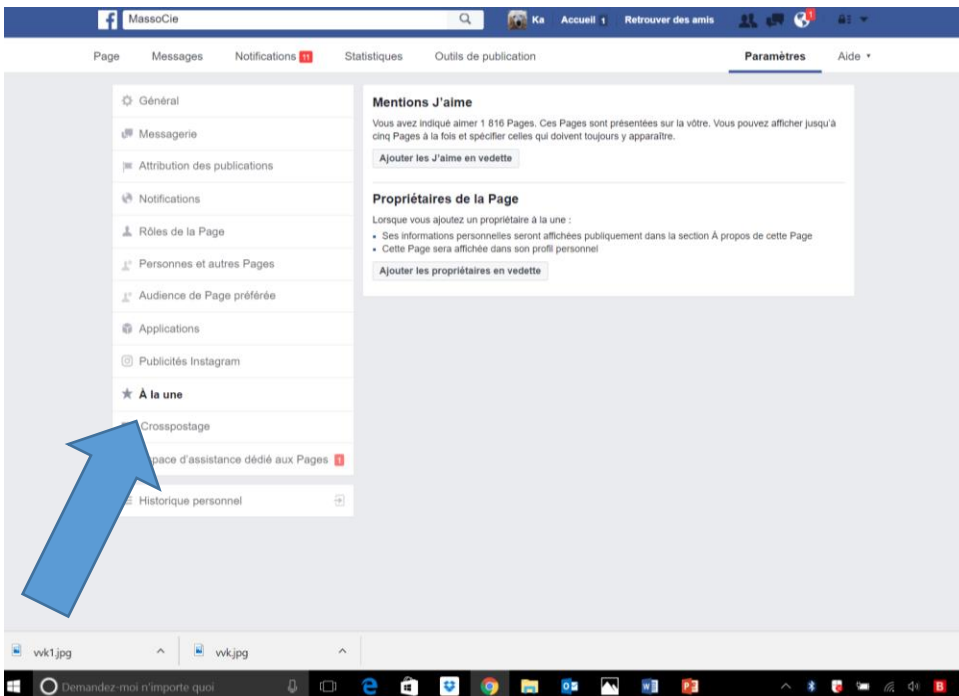


Tapez ensuite le nom de votre Page dans « **Où avez-vous travaillé ?** », enfin, dans Poste occupé ajoutez une courte description, vous pouvez être créatif à ce niveau-là !

- Seconde étape **S'ajouter en tant que propriétaire de la Page (optionnel)** (section *À la une*)

Cela fera en sorte que votre Profil apparaisse dans la partie « *À propos* » de votre Page et inversement, puisque votre Page apparaîtra aussi dans la section « *À propos* » de votre Profil !

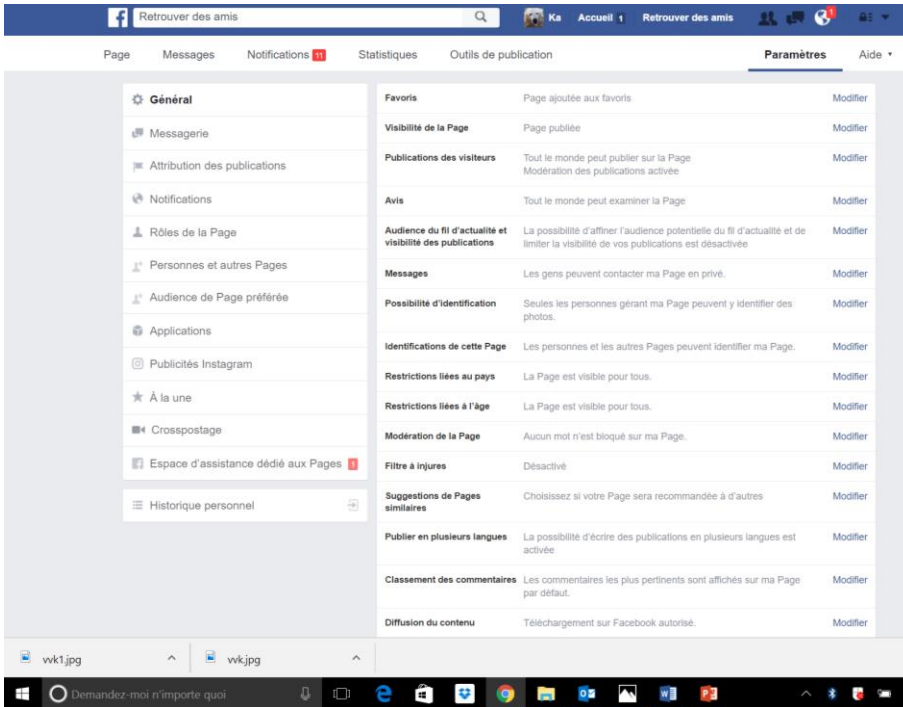
Direction les paramètres de votre Page, cliquez ensuite sur *> À la une*



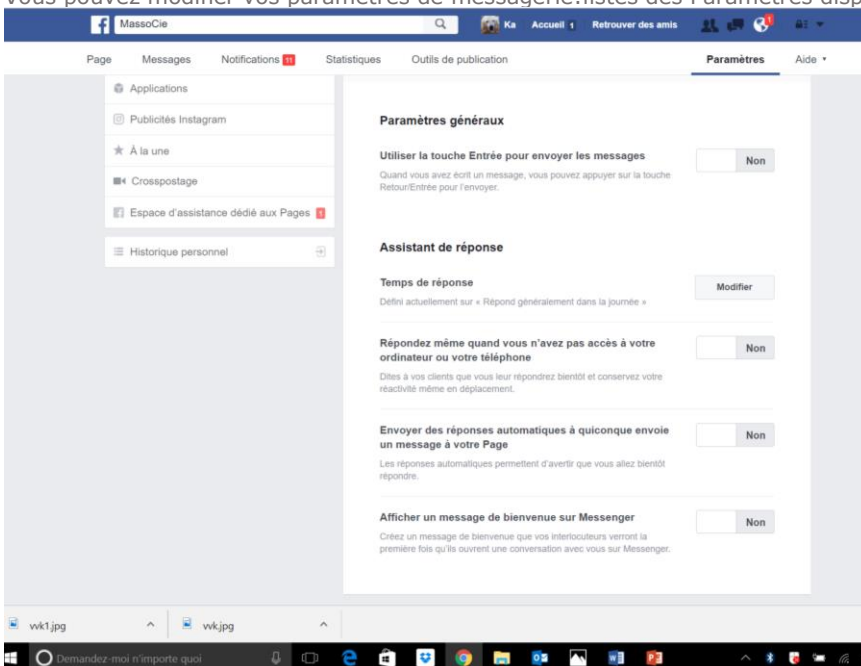
Accepter les messages et visibilité des publications

À présent, vous allez faire plusieurs modifications dans les paramètres de votre Page :

- **Accepter les messages** : En activant cette option, vous ferez en sorte que les fans puissent vous envoyer des messages privés. Notez bien que vous ne pouvez pas contacter un Fan de vous-même avec le compte de votre Page, c'est au Fan de vous contacter en premier.
- **Choisir si vous souhaitez que les Fans puissent laisser des publications sur votre mur** : En activant cette option, Les Fans pourront écrire des messages visibles de tous qui apparaîtront dans un cadre à droite sur votre Page.
- **Autoriser la Suggestions de Pages Similaires** : En activant cette option, votre Page pourra apparaître dans le choix proposé de Pages à aimer supplémentaires, lorsque quelqu'un aimera une Page similaire à la vôtre. C'est donc la possibilité d'avoir des mentions J'aime en plus facilement !



Vous pouvez modifier vos paramètres de messagerie: listes des Paramètres disponibles de la messagerie



Voici quelques conseils fondamentaux à suivre pour créer votre communauté sur Facebook:

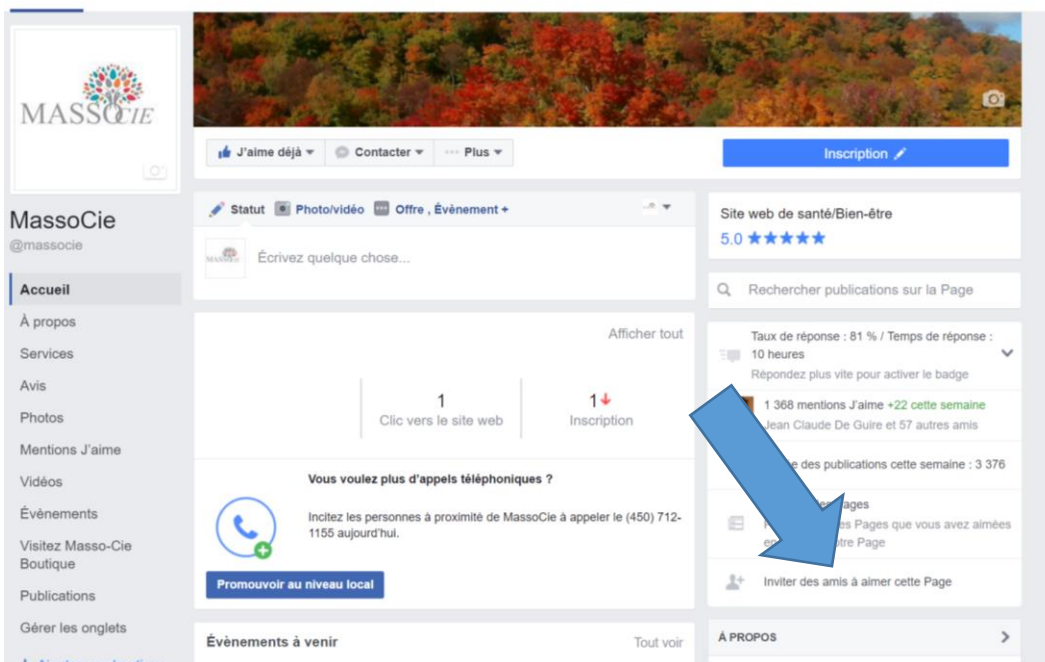
- **Donnez une raison au gens de vouloir suivre votre actualité**
- **Communiquez de manière régulière, ludique et originale**
- **Soyez à l'écoute des gens qui vous suivent**
- **Privilégiez le visuel sur votre page,**

Promouvoir sa Page – Démarrage

POUR CRÉER VOTRE COMMUNAUTÉ IL FAUT AVOIR DES AMIS SUR SON COMPTE ADMINISTRATEUR (Profil). De là l'importance de se créer un réseau de contact important, arriver à 5000 amis est idéal pour un administrateur, probablement pas pour un compte personnel privé...

Commencez par inviter vos Contacts\amis:

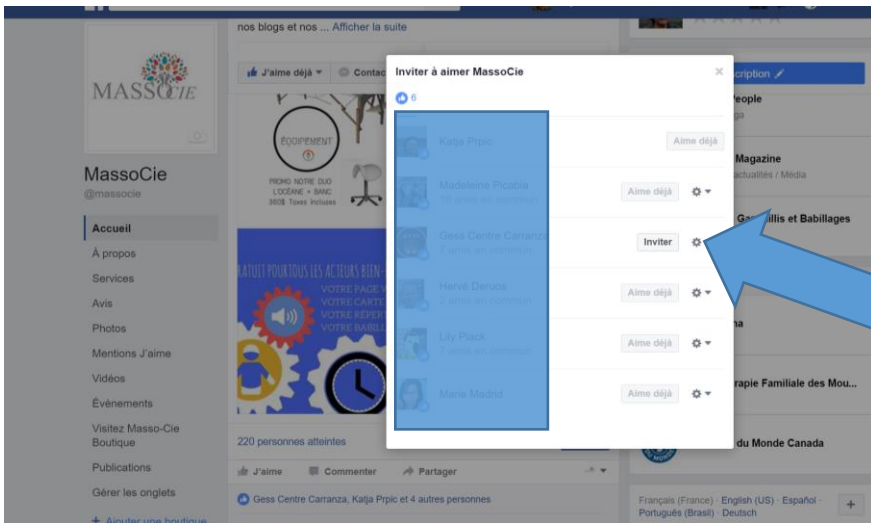
– Envoyez-leur des invitations via le système des Pages :



-Première étape : Il vous suffira de sélectionner chacun de vos amis pour lui envoyer une invitation. Pour ce faire aller sur votre page entreprise et cliquer sur inviter des amis à aimer cette page. Sélectionnez les amis que vous désirez inviter.

– Seconde étape qui se fait mais que j'aime moins, contactez directement, par la messagerie Facebook, chacun de vos amis, en leur écrivant un petit message personnel leur proposant d'aller aimer votre Page (avec le lien URL de la Page bien sûr).

Autre moyen que je favorise et qui est moins connu pour avoir des *j'aime* est de proposer aux internautes qui ont aimé une de vos publications d'aimer votre page, cette option est particulièrement intéressante. Vos publications servent immédiatement à monter votre fan Base. Cliquez sur chaque émoticône d'appréciation car chacune offre une liste de candidats potentiels, exemple d'appréciation, j'aime, j'adore, Wouah, triste etc..



Les 11 recommandations

1. Vous devez poster de façon régulière. Que ce soit un article sur votre blog par semaine, 1-5 publications par jour sur facebook, poster du contenu régulièrement permet à vos Fans de vous voir apparaître dans leur flux et de vous garder en tête ! Plus vous avez de fans plus vous devez publier. Plus vous publier régulièrement plus Facebook vous donne de la visibilité mais laissez le temps à votre publicité de faire effet... Un art seulement maîtrisé avec la pratique...

2. Respectez votre contexte : cela semble logique, mais vous devez être pertinent. Par exemple si le thème de votre Page est le surf, n'allez pas partager des photos de chats... A moins de poster la photo d'un chaton sur une planche de surf – **restez dans le contexte, même s'il est toujours possible de dévier un peu.**



3. Soyez éducatif mais intéressant : Les gens aiment beaucoup partager des informations. **Soyez pédagogue dans votre contenu.** Quelque chose de trop compliqué sera moins partagé. exemples :

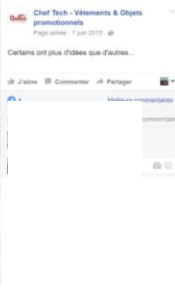
Ne pas dire : achetez ce produit pour telle et telle et telle raison mais Avec ce produit vous vivrez ceci, vous créerez cela, vous expérimenterez ceci, vous sentirez cela. Éduquez et suscitez l'émotion! exemple : The Farmer's Daughter country market à l'île du Cap Breton

Une entreprise sur une île canadienne de la Nouvelle-Écosse propose, à qui veut, de s'installer sur un terrain de 8000 mètres carrés et d'obtenir un emploi sur place. Face au côté désespéré de la demande, nous sommes en droit de nous demander ce que cette dernière pourrait éventuellement cacher.

« Vous cherchez à vivre simplement, au contact de la nature, dans une région où la communauté organise encore régulièrement des fêtes et des repas ? On ne vous promet pas un gros salaire, mais bien une vie géniale », un message publié le 29 août 2016 .

18

4. Inspiration/Amusant : Un contenu qui inspire ou amuse sera plus partagé, mais attention restez dans le contexte de votre thème ! exemple : le T-Shirts poche & fils versus Blank

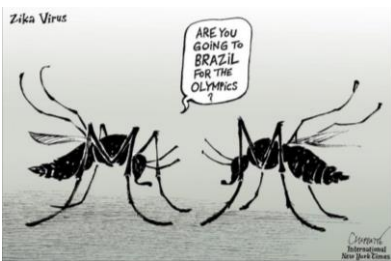


5. Posez des Questions : Si vous souhaitez que vos Fans commentent vos publications, il suffit de leur poser une question ! Essayez de simplifier au maximum les réponses possibles, si vos fans doivent écrire 5 lignes de texte pour vous répondre, cela n'arrivera pas, alors que s'il leur suffit d'écrire « Réponse 2 » c'est tout de suite plus facile. Exemple : Une crèmerie : *Voici les 3 nouveaux choix de parfums que nous développons actuellement pour nos sorbets, nous ne savons pas lequel mettre sur nos menus en premier: dites-nous celui que vous aimeriez découvrir en premier :-a=fraise, b=citron, 3 ananas*

6. Horaires : Élément très important: postez vos publications au moment où vos Fans sont en ligne ! Facebook propose notamment un graphique dans son outil de statistiques, qui permet de voir les périodes les plus favorables pour poster sur votre Page ! Généralement le matin et en soirée, un scoop ? le dimanche entre 15h00 et 21h00 imbattable !



7. Temps forts saisonnier : N'hésitez pas à utiliser les temps forts saisonniers comme prétexte à créer du contenu. Journées mondiales, fêtes, salons internationaux, olympiques, etc...



8. Message court (ou long) : Les messages courts et percutants (entre 100 et 150 caractères) obtiennent 60% plus de j'aime et de partages que des publications avec beaucoup de texte. Toutefois sur Facebook, j'ai souvent remarqué qu'une publication assez longue, avec uniquement du texte (pas de lien, pas d'image ou vidéo), pouvait avoir de très bons résultats

9. Être positif ou négatif : Prendre une position forte est aussi un bon vecteur pour obtenir plus d'engagements. Une publication annonçant quelque chose de positif aura plus de j'aime par exemple, tandis qu'une publication négative aura plus de commentaires. Parce que nous croyons... nos valeurs de... touchés par... impliqués dans... toujours à l'affût de... sont des pistes clés pour faire connaître vos valeurs.

10. Actualités : Poster une publication en rapport avec un sujet d'actualité dans votre secteur permet de surfer sur la popularité du sujet initial **et donc d'augmenter fortement vos j'aime et partages.**

11. Utiliser des chiffres : Les gens adorent partager les données que ce soit sous la forme d'une infographie, une vidéo ou un article de blog. N'hésitez pas à poster des publications du type : « 5 étapes pour », « 7 astuces... », 50% de la population est touchée par ce phénomène... etc.

Créons :

Pour créer vos images voici les logiciels gratuits : les images sont préformatées pour vos créations ou pas ...Canva.com <https://www.canva.com/>

PicMonkey, Stencil, BeFunky, PiktoChart, Easle.ly, Infogr.am, Pablo, Illustrio, Latigo

Pour les images libres de droit :

Pixabay.com

Unsplash.com

Librestock.com

Aussi New old stock image : <http://nos.twinsnd.co/>

Pour les vidéos :

Facebook

Payant : Animoto.com

Magisto.com

Application mobile seulement: <http://www.ripl.com/>

Conversion des vidéos YouTube à Facebook

yt2fb.com

GIF :

Giphy.com

<http://corigif.free.fr/>

Ce que les webmasters ne vous disent pas : Observer votre comportement et il traduit ce que 99% de la population fait

Monter sa communauté requière un **minimum** de 6 heures par semaine

Vous devez piocher régulièrement dans la banque d'amis à ajouter que vous propose Facebook. Sélectionner seulement comme ajout, les profils qui correspondent à votre clientèle cible.

Il faut faire partie de groupe dans votre domaine et publier et partager sur ces groupes

Il faut aller aimer et commenter sur d'autres pages afin de vous faire connaître d'eux. Comme vous, le propriétaire de la page sera curieux de voir qui aime sa page et ses publications et notera votre existence.

Aimer d'autres pages en tant que page entreprise vous permet de vous coller aux entreprises tendances gratuitement car une fois aimées elles s'affichent sur votre page. Vous pouvez sélectionner les 5 pages d'entreprises aimées qui apparaissent sur votre page entreprise et faire une rotation de vos coups de coeur.

Ne perdez pas de temps à regarder ce que l'autre fait dans votre domaine, mais surfer pour voir ce qui se fait dans tous les domaines incluant le vôtre!

Il n'est pas nécessaire de faire des concours pour avoir des fans. Les concours génèrent des j'aime mais pas la fidélité. Saviez-vous que tout tirage de prix de 100\$ et plus est soumis à la législation de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) et nécessite un permis sans compter que vous ne pouvez sur facebook en tant qu'entreprise, demander aux gens d'aimer votre page, les tagger, ou leur demander de partager.

 **MERCI POUR VOTRE ÉCOUTE ET PARTICIPATION**



