**Comment créer une page Facebook d’entreprise**

Introduction

Salut! Je m’appelle Noah Matthews, et je suis coordonnateur du marketing pour la CBDC Blue Water, une des 41 CBDC du Canada atlantique.

Ce n’est pas toujours facile de se faire remarquer quand on est propriétaire d’une petite entreprise du Canada atlantique rural. Une page Facebook d’entreprise pourrait vous aider à capter l’attention de clients qui, autrement, n’auraient jamais entendu parler de vous. Sur Facebook, vous pourrez publier du contenu, vous joindre à des groupes locaux, connecter avec la clientèle et même vendre vos produits en ligne.

C’est donc important que votre profil fasse bonne impression, qu’il réponde aux questions éventuelles des clients et qu’il mette en évidence les produits et les services que vous offrez. Vos éléments graphiques doivent être aussi attrayants qu’informatifs. Aujourd’hui, j’aimerais vous montrer étape par étape comment créer une page Facebook d’entreprise et ce qu’elle devrait contenir.

1. D’abord, il faut se connecter avec son compte personnel. Malheureusement, sur Facebook, il faut une page personnelle pour créer et gérer une page d’entreprise. Si vous n’en avez pas encore, vous devrez vous en créer une avant de commencer.
2. Une fois que vous aurez ouvert votre compte personnel, vous pourrez commencer à monter votre page d’entreprise. Cliquez sur « Plus » ou « Créer », puis sur « Page ».
3. Après avoir créé votre page, entrez le nom de votre entreprise. Assurez-vous d’utiliser sur vos médias sociaux le même nom qu’en magasin, sur vos cartes professionnelles, dans vos brochures, sur vos affiches et votre site Web, etc. Vous contribuerez ainsi à faire connaître votre marque, ce qui augmente les chances que les gens reconnaissent votre entreprise au fil du temps.
   1. À cette étape, on vous demandera d’entrer votre catégorie d’entreprise. C’est ici que vous pourrez indiquer aux clients exactement ce que vous faites. Soyez aussi précis que possible. Si c’est une entreprise de courtage immobilier, elle tombe dans la catégorie « courtier immobilier » et non dans « agent immobilier » ou « investisseur immobiliser ». Si vous ne trouvez pas la catégorie exacte, vous pouvez en choisir plusieurs, pour couvrir toutes vos activités. Cela dit, la première catégorie sélectionnée sera la principale associée au nom de l’entreprise sur la page principale de votre profil. Choisissez donc la plus pertinente en premier.
   2. Après la catégorie d’entreprise, on vous demandera de fournir une description. Soyez concis; vous n’aurez que 255 caractères. Expliquez brièvement à vos clients ce que vous faites et ce qui vous définit en tant qu’entreprise.
4. Cliquez sur « Créer une page ». Selon la vitesse de votre Internet, la page prendra un certain temps à se créer. Après vient la meilleure partie : la personnalisation de la page.
   1. Commencez par ajouter une photo de profil. Idéalement, ce sera le logo de votre entreprise. Les dimensions de la photo de profil sur Facebook sont de 170 x 170 pixels. Vous pouvez utiliser un plus gros fichier, mais si votre fichier est plus petit, votre image pourrait paraître floue. Quand vous versez votre photo, vérifiez qu’elle est centrée et que le cadrage de Facebook n’en coupe pas une partie. Si votre photo ne s’affiche pas bien, vous pourrez toujours la recadrer plus tard.
   2. Ensuite, vous devez ajouter une photo de couverture. Elle devrait illustrer aux visiteurs ce que vous faites, mais aussi présenter certains éléments de votre image de marque. Il vaut mieux choisir une photo de votre produit ou des projets sur lesquels vous travaillez plutôt qu’une photo de votre vitrine. Vous pouvez y ajouter du texte, comme un slogan, un énoncé de mission (pourvu qu’il soit court) ou juste votre logo. Si vous superposez du texte à votre image, gardez en tête la règle suivante : le texte ne devrait pas prendre plus de 20 % de votre image. Après avoir versé vos photos de profil et de couverture, enregistrez vos changements.
5. Vous verrez ensuite s’afficher la fenêtre du Gestionnaire de pages.
   1. Je vous recommande de vérifier encore une fois que votre photo de profil est bien cadrée. Pour cela, sélectionnez l’icône de caméra à côté de la photo, et cliquez sur « Mettre à jour la photo de profil ». Vérifiez qu’il ne manque rien, que le logo est centré dans le cercle et que l’image est claire.
   2. Maintenant, c’est le temps de créer un nom d’utilisateur que les clients actuels et potentiels pourront utiliser pour vous trouver. Il prendra la forme « @nomdentreprise », et devrait ressembler le plus possible au nom réel de votre entreprise. Ce peut être difficile d’en trouver un qui est exactement pareil, étant donné que vous ne pouvez pas avoir le même nom qu’une autre page Facebook. Par exemple, si l’entreprise s’appelle « Jazzy’s Jewellery », il faut ajouter le chiffre « 1 » au nom d’utilisateur pour le différencier. J’ajouterais par contre qu’il vaut mieux éviter les chiffres; notre exemple était simplement trop populaire; nous n’avions pas le choix. Si vous devez ajouter un caractère, essayez un point au début, à la fin ou entre les mots.
6. Passons à la dernière étape de création de votre page Facebook en ajoutant un dernier élément que les clients potentiels pourraient chercher sur votre page. Allez à la section « À propos », dans le menu de gauche vers le milieu de la page. Sélectionnez « Modifier les informations de la page » et l’onglet « Général » s’ouvrira, déjà rempli. C’est alors que vous pourrez remplir l’onglet des coordonnées.
   1. Ajoutez le numéro de téléphone de votre entreprise.
   2. Ajoutez l’adresse courriel que vous voulez que vos clients utilisent.
   3. On vous demandera ensuite d’ajouter le lieu physique de votre entreprise. Pensez à vérifier sur la carte que le point est placé au bon endroit. Sinon, vous pouvez simplement le cliquer-déplacer.
   4. Pour terminer, ajoutez vos heures d’ouverture. Vous pouvez aussi inscrire les changements apportés au service en raison de la pandémie.
7. Facebook vient d’ajouter l’onglet « COVID-19 : centre d’information »; je vous recommande de sélectionner toutes les options qui s’appliquent. C’est une excellente façon de montrer à vos abonnés où vous en êtes en ce qui concerne la COVID-19. Quand vous sélectionnez une option, une bannière s’affichera dans la section principale de votre page d’entreprise.
8. La dernière chose à faire après avoir créé votre page Facebook est de vérifier si la page s’affiche bien. Pour cela, allez à la fin du menu de gauche, et sélectionnez « Paramètres de la page ». Au haut des paramètres, vous trouverez la section « Visibilité de la page », où vous pourrez publier ou non la page.

Conclusion

De retour à l’écran principal de votre page Facebook d’entreprise, vous verrez un aperçu de ce qui s’affichera pour les visiteurs. Vous pouvez faire semblant d’être un client et vérifier si tous les champs sont remplis, les photos versées et les coordonnées exactes.

Félicitations! Vous êtes prêt à publier sur Facebook.