

# Adressez-vous à un spécialiste – Créer des pages de médias sociaux

Les médias sociaux sont des outils de marketing populaires pour joindre les clients.

L'accessibilité de certains sites peut poser problème. Vous vous demandez peut-être comment utiliser les sites Web correctement pour joindre un plus grand nombre de clients.

Selon la gestionnaire de médias sociaux Paula Fletcher, trois des médias sociaux les plus accessibles sont Facebook, Twitter et LinkedIn.

Voici quelques conseils qui vous aideront à créer une page d'entreprise sur chaque plateforme.

## [Page d'entreprise sur Facebook](#)

Sur Facebook, il ne faut tout d'abord que quelques clics et quelques renseignements. Cliquez sur [Créer une page](#), puis choisissez « Entreprise ou marque » et montez votre page d'entreprise.

- **Utilisez l'outil d'établissement des horaires.** Rédigez des publications à l'avance afin qu'elles soient diffusées à des moments précis. Par exemple, vous pouvez préparer un message devant être publié à 9 h pour dire bonjour à vos abonnés et un message d'après-midi au sujet d'une promotion à venir. Efficacité et rapidité garanties!
- **N'abusez pas des mots-clics.** Le symbole dièse suivi d'un mot ou d'une expression est souvent utilisé dans les messages pour créer des liens vers des sujets semblables et faciliter la recherche de votre message. Ils sont parfaits pour faire apparaître votre entreprise dans les recherches sur le Web, mais gardez la plupart d'entre eux pour Twitter.
- **La vidéo est la formule gagnante.** La vidéo peut joindre un plus grand nombre de personnes et attirer l'attention sur votre marque. Facebook Live vous permet d'enregistrer des messages en temps réel pour votre public. Assurez-vous que l'arrière-plan est bien éclairé et libre de toute distraction. Liez la vidéo à votre emplacement pour que les gens sachent où vous êtes.

## [Twitter pour les entreprises](#)

Twitter est un outil extraordinaire pour les entreprises. Vos messages peuvent prendre un air plus détendu et humoristique que sur Facebook ou LinkedIn. De plus, l'application pour iPhone est accessible.

- **Utilisez des mots-clics.** Pensez à un mot-clic pour chaque jour de la semaine, comme #LibertéLundi et #MotivationMardi. Soyez créatif et reliez les mots-clics à votre entreprise.  
Soyez stratégique. Utilisez des mots-clics populaires susceptibles de faire apparaître votre message dans les recherches sur le Web.
- **Répondez toujours.** Engagez le dialogue avec vos clients de manière professionnelle. Les gens publient souvent des messages concernant leur expérience avec une entreprise. Répondez à leurs plaintes en leur demandant de vous contacter. Excusez-vous et dites que vous allez examiner la situation. On vous fait un compliment? N'oubliez pas de remercier la personne concernée.
- **Utilisez un client Twitter.** Utilisez [Twitterific](#) pour Mac afin d'engager une conversation directe avec vos abonnés et d'exercer un plus grand contrôle sur votre expérience Twitter. Ce client est aussi entièrement compatible avec VoiceOver.
- **Utilisez [TweetDeck](#)** pour gérer différents comptes Twitter, établir l'horaire des messages, filtrer le contenu selon vos secteurs d'intérêt et suivre ce contenu dans des « colonnes ». Il peut être utilisé avec les Mac et Google Chrome.
- **Pour les utilisateurs de PC, [Aries](#)** est un client peu coûteux qui organise votre compte Twitter et simplifie son utilisation. Sauvegardez les messages que vous désirez lire plus tard et placez un signet sur la page. Il possède une fonction de grossissement et vous pouvez changer la police de caractère, ce qui le rend idéal pour les personnes vivant avec une vision partielle.

## Page d'entreprise LinkedIn

LinkedIn est un site de réseautage professionnel. Utilisez-le comme curriculum vitae en ligne, en y ajoutant les faits saillants de votre carrière et vos antécédents professionnels. Établissez des réseaux avec des collègues et d'autres professionnels en les ajoutant dans vos relations.

- **Préciser les propriétaires** : quelqu'un d'autre dans votre équipe peut être copropriétaire ou gérer la page.
- **Être moins axé sur le consommateur et davantage sur le commerce interentreprises.**  
L'objectif de LinkedIn est de créer une image de marque professionnelle. Sa présentation est simple et accessible, ce qui peut le rendre plus facile à utiliser que Facebook ou Twitter.
- **Tenez-vous-en à l'essentiel.** Ne publiez que ce qui est pertinent. Si votre entreprise franchit une étape importante, affichez-le. Ne publiez pas de détails non liés au travail. Publiez des renseignements sur votre secteur d'activité.

- **Utilisez une bonne photo.** Choisissez une photo de vous-même d'apparence professionnelle afin de faire la meilleure première impression possible pour votre entreprise.
- **Affichez le logo de l'entreprise comme photo de couverture.** Assurez-vous qu'il est positionné juste assez au-dessus de votre photo pour qu'il soit clair et visible.
- **Travaillez en équipe.** Pour les pages d'entreprise, vous pouvez préciser plus d'un propriétaire, ce qui facilite l'affichage des mises à jour.

## Autres conseils

- **Publiez des images.** Les messages avec des images suscitent beaucoup plus d'interaction que ceux qui n'en ont pas. Il est possible que vous ayez besoin de quelqu'un pour vous aider à choisir les bonnes images. Vous pouvez aussi utiliser des images de photothèques ou prendre vos propres photos. Assurez-vous que ces images sont pertinentes pour votre entreprise et qu'elles sont de haute qualité.
- **Images accessibles.** Vous pouvez ajouter une description en texte optionnel aux messages sur Twitter pour les rendre accessibles. S'il vous est impossible d'utiliser cette fonction sur un site, sous-titrez la photo pour la décrire.
- **Règle des tiers.** Le tiers de vos messages doit concerner votre entreprise et vos promotions. Si vous êtes un artiste, publiez des messages sur une promotion de peintures du genre « deux pour une ». Un autre tiers des messages doit vous concerner. Les messages peuvent par exemple porter sur un festival d'art où vous présenterez vos œuvres. Enfin, le dernier tiers des messages doit porter sur des sujets liés à votre secteur d'activité, comme la Journée internationale des artistes.
- **Soyez authentique.** Tout ce que vous affichez devrait ajouter de la valeur à votre réseau. Il peut s'agir de belles photos ou de témoignages positifs. Ne publiez pas de messages concernant des choses qui n'ont rien à voir avec votre activité professionnelle, comme des articles de journaux choisis au hasard ou des jeux-questionnaires.
- **Ne vous éparpillez pas.** Choisissez un ou deux sites donnant de bons résultats. Plutôt que de gérer trois ou quatre pages de médias sociaux, choisissez-en une seule et appliquez-vous.