

## 5 outils pour prospecter, générer du trafic ciblé et vendre sur les réseaux sociaux



Entrepreneurs, indépendants, professions libérales, TPE-TPI, PME-PMI, que vous vendiez des biens matériels ou virtuels, des services en ligne ou réalisables chez votre client, vos démarches commerciales habituelles, par Internet, risquent de devenir moins rentables, en particulier par ces temps de crise.

Les entreprises utilisent presque toutes les mêmes moteurs de recherche et les mêmes espaces publicitaires pour se rendre visible sur Internet. Elles sont toujours plus nombreuses pour se battre auprès de la même audience pour les mêmes mots clés.

Votre site et vos annonces risquent de se noyer parmi les sites et les annonces concurrents, entraînant la baisse du trafic et donc la baisse de demande de devis, d'inscription, de vente...

Avez-vous pensé aux **marchés alternatifs et émergents** à fort potentiel commercial sur le Web ? Savez-vous que 43% des personnes (particuliers/professionnels) qui utilisent Internet sont aussi inscrits sur un site de réseautage social en ligne, et 71% de ces derniers gèrent des profils personnels sur au moins deux sites sociaux ? (Source : InsightExpress)

Savez-vous qu'à titre d'exemple, le réseau social Facebook à lui seul représente un marché de 175 000 000 individus utilisateurs actifs ?

Loin du jargon technologique, cet article entend vous présenter très simplement et concrètement, à partir des **fonctions de Facebook**, l'usage que toute entreprise peut faire des réseaux sociaux en ligne (LinkedIn, Viadeo, 6nergies, Xing, Ziki, Facebook et d'autres, existants ou à venir) dans son processus de vente, de son développement commercial et du suivi client.

Prenez le temps pour expérimenter des **méthodes commerciales d'un nouveau genre** pour parler, interroger et toucher votre audience parmi les particuliers ou les professionnels, aujourd'hui réunis et à l'écoute sur les réseaux sociaux.

### 1. Créer la page de votre entreprise sur Facebook

Sans connaissance technique en html, créez et hébergez une page qui présente vos produits et services, votre marque, etc. <http://fr-fr.facebook.com/advertising/?pages> Augmentez le rôle commercial de ce microsite en personnalisant l'usage des autres outils disponibles sur Facebook. Par exemple :

- Importez votre fil RSS de manière à ce que vos articles soient visibles sur Facebook dès qu'ils sont publiés sur votre blog ou votre site ;
- Utilisez la galerie d'images comme un book pour afficher vos réalisations ;
- Demandez à vos clients de poster des avis positifs sur vos prestations, vos produits, etc ;
- Invitez vos nouveaux clients à se joindre à vos fans sur Facebook et prendre connaissance des informations existantes sur votre page et de vos actualités.

### 2. Attirer gratuitement des clients potentiels sur votre page

Vous pouvez bénéficier gratuitement et sans effort publicitaire particulier, de la fonction « bouche à oreille » de Facebook. L'interaction de vos fans avec votre page Facebook est communiquée dans des actualités envoyées à leurs amis. Ces derniers peuvent alors se rendre sur votre page, ce qui crée une nouvelle actualité envoyée à d'autres amis, et ainsi de suite, comme du bouche-à-oreille. Imaginez la facilité et la rapidité avec laquelle votre marque, la présentation de vos produits et services circulent parmi les internautes présents sur Facebook.

### 3. Lancer une campagne d'annonces publicitaires ciblées

Vous connaissez sans doute le système de publication de liens sponsorisés sur Google, Yahoo, MSN ou autres moteurs de recherche. Facebook propose un service similaire muni d'une fonction de ciblage plus précis avec la possibilité de réaliser une estimation du nombre de personnes correspondant au ciblage.

#### Autorisation de diffusion

Vous pouvez diffuser librement ce document sur un support numérique : site web, blog, news letter...

#### ATTENTION

Vous devez cependant diffuser la totalité de ce document sans l'altérer ou modifier.

Si vous êtes amené à publier juste l'introduction de l'article sur un support numérique : site web, blog, news letter..., vous devez en mentionner l'auteur et la source avec un **lien obligatoire vers la version complète de l'article en utilisant l'URL fourni dans la signature de ce même document.**

En vous rendant sur la page : <http://fr-fr.facebook.com/advertising/> vous pouvez créer des campagnes composées d'annonces textuelles ou illustrées. Vous les liez à votre site, à une page spécifique de votre site, à un évènement, à une application sur Facebook, etc.

Vous ciblez ensuite le public par différents critères dont age, sexe, lieu géographique, etc. auquel vous souhaitez afficher votre annonce sur Facebook. Par ex. vous pouvez faire afficher votre annonce à un public femme entre 25 et 35 au Canada.

Enfin, vous déterminez le budget quotidien de votre campagne et définissez votre méthode de paiement.

A vous ensuite de bien analyser les rapports de vos campagnes, de les comprendre et de réagir pour gagner de nouveaux clients et les fidéliser.

#### 4. Faire recommander votre site et générer du trafic

Vous disposez sur Facebook d'un ensemble d'outils à intégrer sur votre site dont le plus simple d'entre eux : le bouton de recommandation. <http://fr-fr.facebook.com/advertising/?share>

Grâce à ce bouton, les visiteurs de votre site peuvent partager l'adresse de votre site avec leur entourage sur Facebook, les encourageant ainsi à venir sur votre site.

#### 5. Créer vos propres applications

Si vous avez des compétences techniques, vous pouvez développer des applications personnalisées pour transformer les fonctions sociales du réseau Facebook en avantages commerciaux pour votre entreprise. Pour en savoir plus consultez les pages suivantes :

<http://fr-fr.facebook.com/advertising/?connect>

<http://developers.facebook.com/>

#### 6. Réaliser des études de marché sur une population ciblée

Facebook vient de présenter un nouvel outil d'étude de marché, lors de la réunion annuel de « World Economic Forum » qui s'est tenu le 20 février 2009.

<http://www.weforum.org/en/events/AnnualMeeting2009/index.htm>

Grâce à cet outil, les entreprises pourraient cibler les personnes à partir des informations personnelles fournies à Facebook afin de les interroger via des questionnaires et obtenir des réponses instantanées.

Les modalités pratiques, juridiques et financières d'un tel outil sont en étude et en préparation : protection de la vie privée des utilisateurs de Facebook ; rémunération possible des utilisateurs acceptant de recevoir les questionnaires d'études de marché ; nombre optimal de sondage par personne et par semaine ; temps consacré à chaque sondage, etc.

#### 7. Elargir votre marché aux autres réseaux sociaux

Découvrez, comparez et sélectionnez d'autres réseaux sociaux :

<http://www.ressacmedia.com/blog/generaux/top-25-reseaux-sociaux-en-fevrier-2009/>

<http://www.socialmediawatch.net/index.php/social-media-news/facebook-and-twitter-common-grounds-this-2009/>

#### 8. Abonnez-vous au fil RSS d'AXIZ eBusiness

En vous abonnant gratuitement au fil RSS d'AXIZ eBusiness, vous vous tenez informé(e) de nouveaux articles dès leurs publications :

<http://www.axiz.fr/referencement-positionnement.xml>

#### 9. Participer aux ateliers d'AXIZ eBusiness pour adopter une stratégie Internet gagnante

Réservez votre place : <http://www.axiz-ebusiness.com/ateliers/inscription-atelier.php>

\*\*\*\*\*

 L'URL de l'article : <http://www.axiz-ebusiness.com/fiches-pratiques/developpement-commercial-facebook.pdf>

L'article rédigé le 21 fev. 2009 par **Rouhina RAHBARIAN** consultante spécialiste d'emmarketing. Depuis 1997, elle conseille et aide les entreprises à se servir des nouvelles méthodes commerciales pour développer leur clientèle.

**Autorisation de diffusion**  
Vous pouvez diffuser librement ce document sur un support numérique : site web, blog, news letter...

**ATTENTION**  
Vous devez cependant diffuser la totalité de ce document sans l'altérer ou modifier.

Si vous êtes amené à publier juste l'introduction de l'article sur un support numérique : site web, blog, news letter..., vous devez en mentionner l'auteur et la source avec un **lien obligatoire vers la version complète de l'article en utilisant l'URL fourni dans la signature de ce même document.**