

Comment promouvoir mon activité sur les réseaux sociaux?

Journée de réseautage bio – 22 février 2024

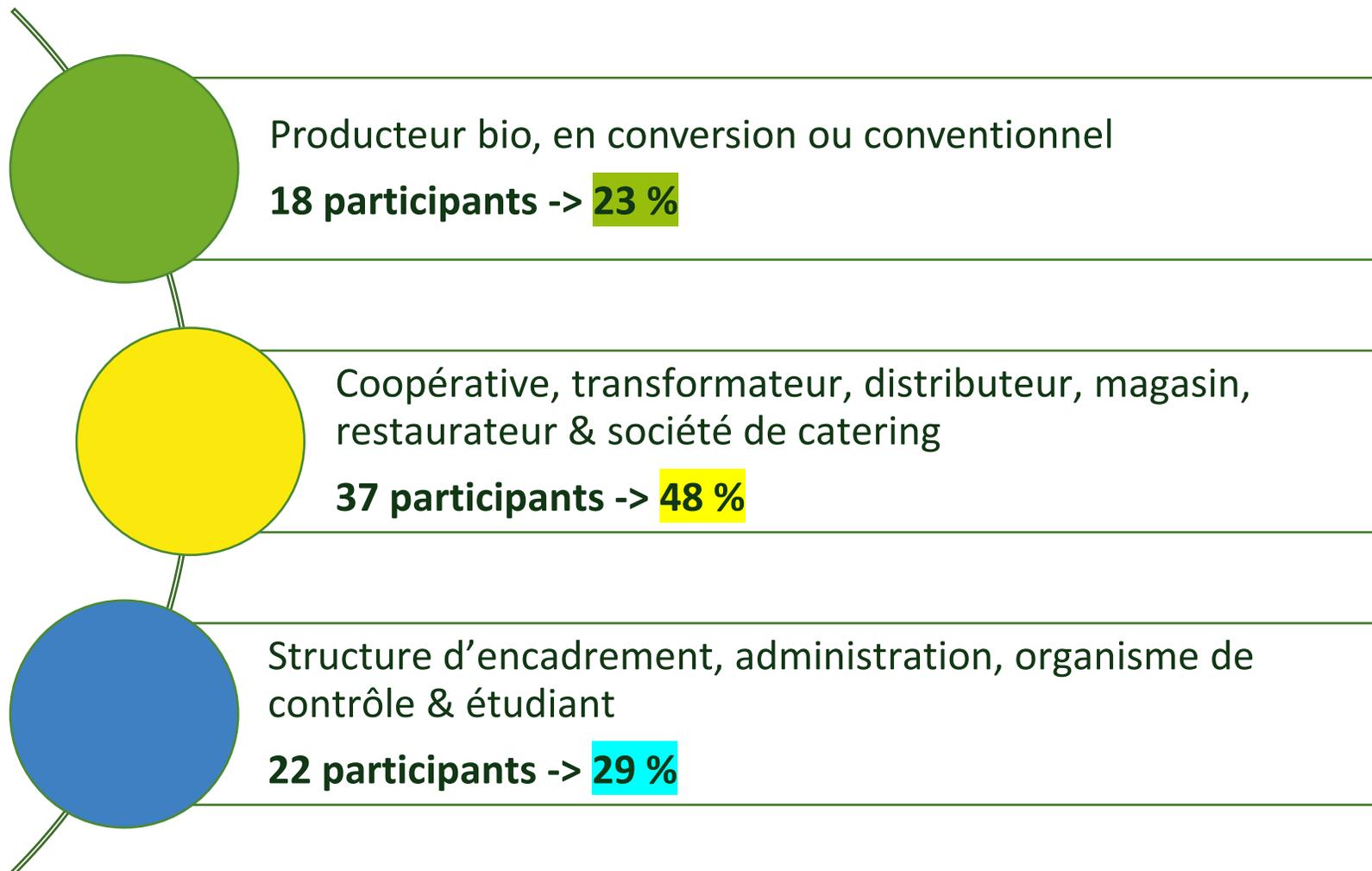
Sylvie Droulans, Caroline Loret-Vanderlinden, Margot Renier

Structure d'encadrement du secteur bio



BIOWALLONIE

Qui est présent à cet atelier ? 77 participants



**Do you need
Wi-fi ?**

Scan me !



Name :

Business Village Ecolys

Join us on the network !



Au menu de l'atelier (10h30-12h):



Quels sont les réseaux sociaux à utiliser en fonction de votre public-cible ?



Comment rédiger un post efficace et pertinent pour votre public-cible ?



BIOWALLONIE

Comprendre l'univers des réseaux sociaux, avec un focus sur facebook & instagram : leurs publics, leurs spécificités et la manière de les utiliser pour atteindre vos objectifs



Partie 1 : Paysage général

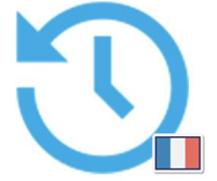
Réseaux sociaux



Paysage des réseaux sociaux



4,8 milliards
d'utilisateurs



1h45mn par jour
en moyenne

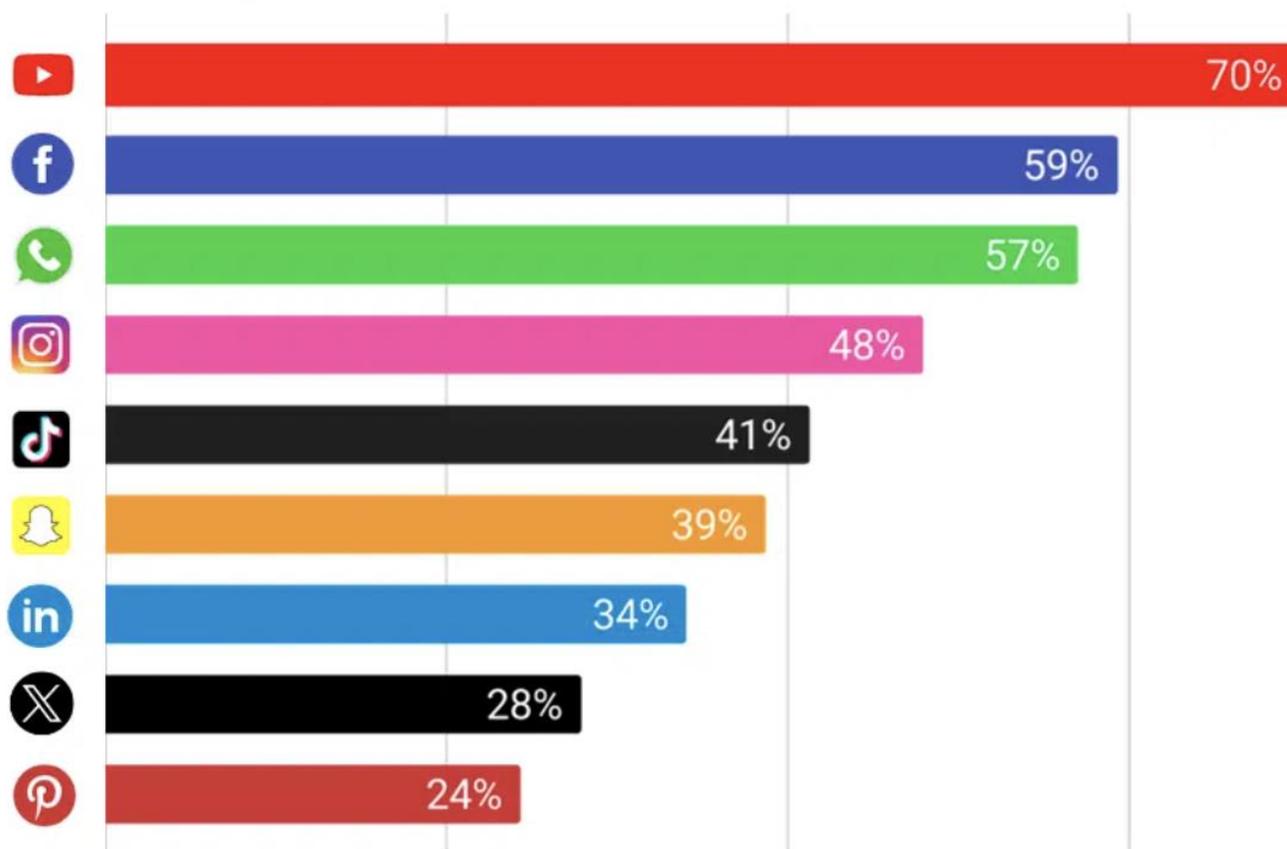
- **65 %** de la population mondiale **utilise Internet**
- **60 %** de la population est **active sur les réseaux !**
- **15 %** des utilisateurs énoncent que **suivre le contenu des marques qui les intéressent** est l'une des principales raisons de leur utilisation des réseaux.

=> Confirme l'importance d'être sur les réseaux (peu importe votre cible)



Paysage des réseaux sociaux

Chiffres globaux : Répartition par Réseaux Sociaux
(Janv. 2024) awitec



Sources : Google ads, Meta ads, LinkedIn ads, Snapchat ads, Tik Tok ads, X ads, Pinterest ads

Une infographie



VERS PLUS DE VRAC, MOINS DE DÉCHETS



Paysage des réseaux sociaux

67% FACEBOOK RESTE LA PLUS GRANDE SOURCE DE TRAFIC WEB ISSU DES RÉSEAUX SOCIAUX



11% INSTAGRAM EST LA 2^e PLUS GRANDE SOURCE DE TRAFIC WEB ISSU DES RÉSEAUX SOCIAUX



Paysage des réseaux sociaux



Relevés Formats

Audience

Utilisateurs actifs
30.4
millions mensuels

47%
de la population

-24%
par rapport à 2022

25%
des utilisateurs ont entre
25 et 34 ans



24%
des utilisateurs ont plus de
55 ans

Répartition par genre

femmes
52%

48%
hommes

Conseils

Utiliser la publicité Facebook Ads pour être visible

Miser sur des publications qui incitent à la réaction des internautes avec des messages courts et de l'humour

Utiliser du contenu visuel

Outils Facebook

Meta Business Suite
Outil de promotion
+ *gérer toutes les activités de votre entreprise*

Facebook Shops
Plateforme e-commerce
+ *vendre facilement vos produits*

Pixel Meta
Reporting d'audience
+ *mieux comprendre l'efficacité et les actions de vos publicités*

COLLECTIF **50C**

CONSUM
action
VERS PLUS DE VRAI, MOINS DE DÉCHETS

Paysage des réseaux sociaux



Audience

Utilisateurs actifs
24
millions mensuels

37%
de la population
+9%
par rapport à 2022

35%
des utilisateurs ont entre
13 et 24 ans

64%
des utilisateurs ont plus de
34 ans

Répartition par genre

femmes
53%
47%
hommes

Relevés Formats

Conseils

- Faites preuve d'authenticité en utilisant les stories
- Communiquer au travers d'influenceurs
- Ayez une identité visuelle forte

Outils Instagram

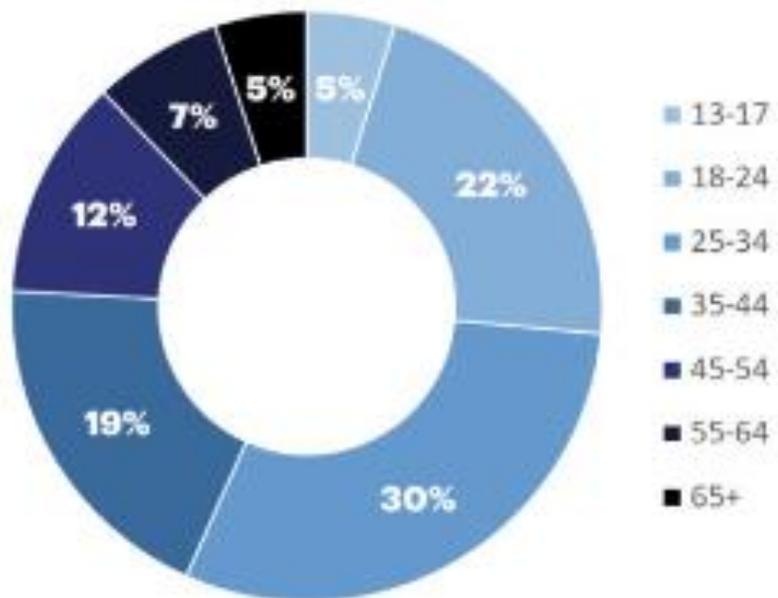
- Instagram Shopping** Téléchargez votre catalogue
directement sur vos photos, télécharger votre catalogue sur Facebook, et Instagram l'importera
- Instagram Business** Faire de la publicité
- Favikon** Cibler, évaluer et contacter des influenceurs
- Mojo** Créer des stories créatives
- InShot** Monter facilement vos vidéos



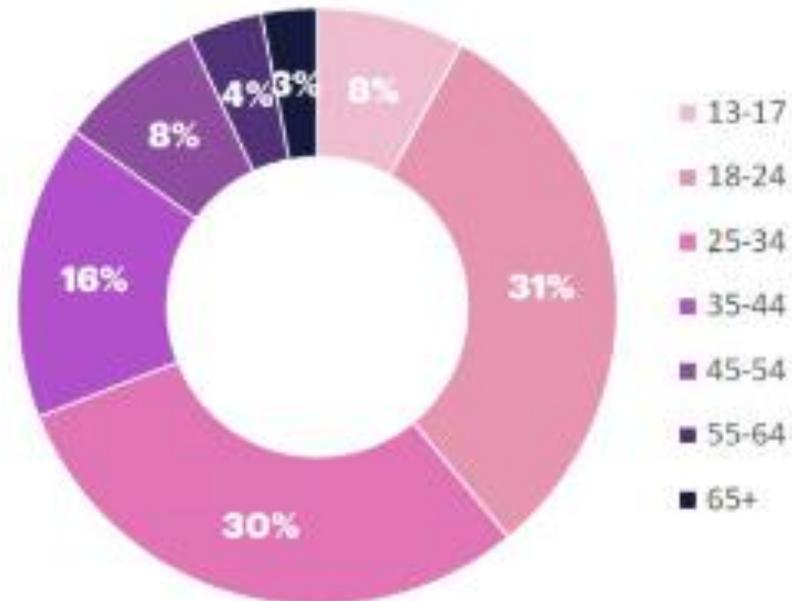
Paysage des réseaux sociaux



ÂGE DES UTILISATEURS



ÂGE DES UTILISATEURS



Paysage des réseaux sociaux



Secteurs dominants



Secteurs dominants



Pourquoi être sur les réseaux sociaux ?



- Construire une communauté
- Développer ses ventes
- Créer des campagnes de marketing ciblées
- Déployer un canal de vente supplémentaire



- Mettre en valeur son identité visuelle
- Faire connaître ses produits
- Se rapprocher de sa communauté
- Faire du marketing d'influence



Partie 2

Les 3 actions à mettre en place pour gérer sa comm'
sur les réseaux sociaux



1. Une "bonne page" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- Différenciez le compte Facebook (votre compte personnel, à votre nom) d'une page Facebook !
- Éléments de base nécessaires :
 - ✓ Un nom :
 - Celui de votre structure pour vous retrouver facilement (pas d'informations inutiles).
 - Lorsqu'on vous tague sur les réseaux, c'est ce nom-là qui apparaît : « @ »

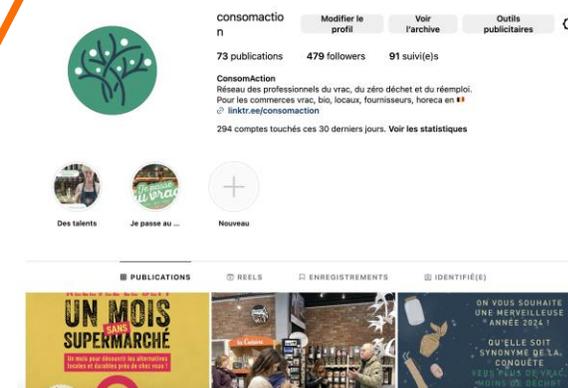
The image shows two screenshots of the Facebook 'Créer une publication' (Create a post) interface for the page 'Biowallonie'. The top screenshot shows the initial setup with the page name, a public privacy setting, and the handle '@Biowallonie'. The bottom screenshot shows the text input area with the message 'Biowallonie vous remercie pour votre présence!', a text formatting tool (Aa), and various sharing options like 'Ajouter à votre publication', 'Booster la publication', and 'Programmez votre publication dans Meta Business Suite'. A blue 'Publier' (Post) button is at the bottom.



1. Une "bonne page" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- ✓ Une photo de profil (Facebook & Instagram):
 - Généralement votre **logo**
 - Directement reconnaissable. ⚠ On ne la change pas souvent.
 - De **bonne qualité** (non pixellisée / min. 72 dpi)
 - Première vitrine de votre page
 - Adapté aux dimensions requises : **format carré**, mais rognée en forme de cercle (taille recommandée 180px x 180 px)

- ✓ Une photo de couverture (// photo bandeau, Facebook):
 - Un visuel d'un évènement à venir en lien avec votre structure ; une photo reflétant une de vos activités... → **Complémentaire** à la photo de profil
 - De **bonne qualité**
 - Adapté aux dimensions requises : **rectangle**; 851px x 315px



1. Une "bonne page" Facebook et Instagram, c'est quoi ?



Une description de page à jour :

- Phrase d'accroche de votre structure/objet de la page : comprendre tout de suite
 - Courte, nbre de caractères limités
 - Pour Facebook :
 - Complétez : adresse postale, numéro de téléphone, e-mail, site web, horaires...
 - Configurer le bouton d'appel à l'action
 - Pour Instagram, utilisez : emojis, hashtags...
 - « Lien externe » : actuellement le seul endroit où l'on peut mettre un lien cliquable (hors tags des autres comptes Instagram).

=> **Mise à jour & harmonie** des contenus sur **tous vos canaux de communication** (site web, réseaux sociaux, signature email, supports papier...)



pour productions bio wallo

À vos côtés depuis 10 ans !
2013-2023
BIOWALLONIE
Le bio aujourd'hui & demain

Biowallonie

3,2 K J'aime · 4,1 K followers

Publications À propos Mentions Avis Abon

Intro

Structure d'encadrement du secteur bio en Région wallonne, pour tous les acteurs et actrices professionnel-le-s

Page · Coopérative agricole

Rue du séminaire 22, Namur, Belgium

cabas.coop Suivi(e) Contacter

31 publications 727 followers 471 suivi(e)s

Cabas
Marché de producteur.ices av. des saisons, Ixelles, du lundi au samedi 11h-19h
Livraisons points de dépôt
ventes B2B
www.eshop.cabas.coop
eshop.cabas.coop + 1

1. Une "bonne page" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- ✓ Publiez :
- **Régulièrement** (plusieurs fois par semaine)
 - À des **tranches horaires** adaptées à votre public (pour booster l'algorithme et la visibilité !)
 - En cohérence avec votre **ligne éditoriale** :
 - Type de contenus publiés : pertinent et cohérent avec votre activité
 - Cohérence graphique : structure des posts, éléments récurrents dans vos posts ou dans le visuel (ex. voir Instagram des [Grenades](#) ou de [Tchak](#))
 - Ton de communication : définissez la manière dont vous vous adressez à votre public → **harmonie**



2. Une "bonne publication" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

Adaptez le contenu en fonction du canal de communication choisi

- Codes différents !
- Diversifier le contenu : les 4 piliers de contenu

**Informier · Inspirer ·
Divertir / Amuser · Vendre**

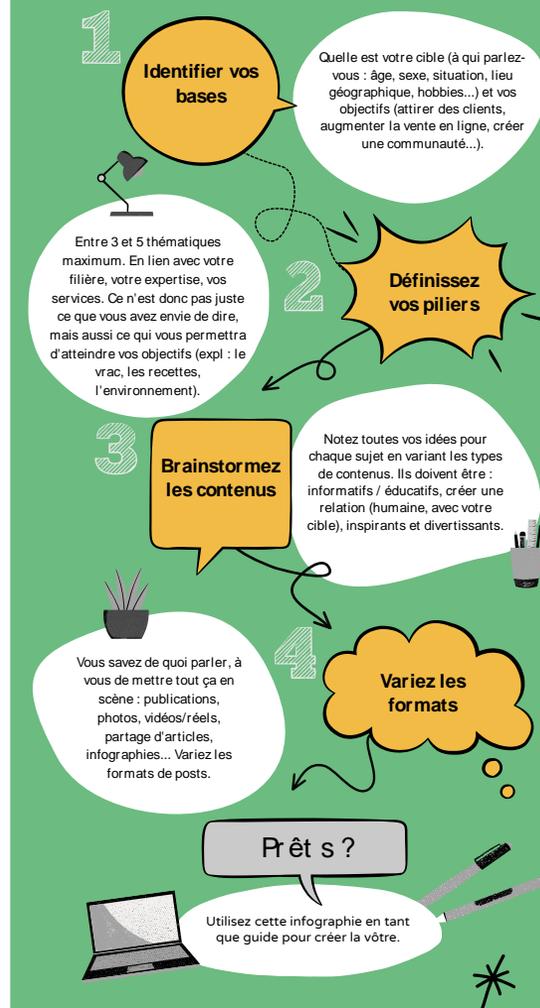


Mes piliers de contenu



Kesako ?

Les sujets/thèmes (donc contenus) qui intéressent vos cibles et dont vous allez parler.



2. Une "bonne publication" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- **Structurez les publications**

- Titre/Accroche
- Emoticônes, polices, symboles...
- Aérer le texte
- Écrire des phrases courtes (max. 15 mots) : une info = une phrase
- Démarrer par l'info la plus importante/principale
- ...

Titre entre crochets

Emoticônes et texte en gras pour structurer le post et mettre des éléments en exergue

Pages facebook des structures partenaires taguées

Visuel en lien avec le contenu évoqué (le plus: un visuel cliquable d'un lien présent dans le corps du texte!)

Biowallonie
Publié par Emilie Remacle Pro · 1 j · 🌐

[🍌 🍌 AVIS AUX ÉLEVEUR-EUSE-S DE VIANDE BOVINE, cet atelier vous est destiné ! Plus que 4 jours pour vous inscrire!]

👉 Focus sur l'atelier "**Viande en circuit court : bonnes pratiques et rentabilité**", un des 8 ateliers qui va sera proposé lors la 7ème Journée de réseautage sur les débouchés bio de [Biowallonie](#) le 22 février prochain.

C'est souvent un casse-tête de vendre sa viande en circuit court : quels sont mes frais ? Combien de temps j'y passe ? Est-ce que la rentabilité y est ? Quels sont les règles à suivre ? Comment atteindre son public cible et communiquer sur son activité ?

A travers le cas de la viande bovine et le témoignage d'acteur-riche-s, venez découvrir les points clés pour évaluer la rentabilité et développer votre activité de commercialisation de viande en circuit-court.

L'atelier traitera essentiellement du cas de la viande bovine, mais est ouvert à tous les producteur-riche-s de viande en circuits-courts porcins, ovins, ...): de nombreux points seront transposables à vos spéculations.

👤 Avec l'intervention de : [Accueil Champêtre en Wallonie](#) , [Ferme de Linciaux](#) et [La Ferme Marion](#)

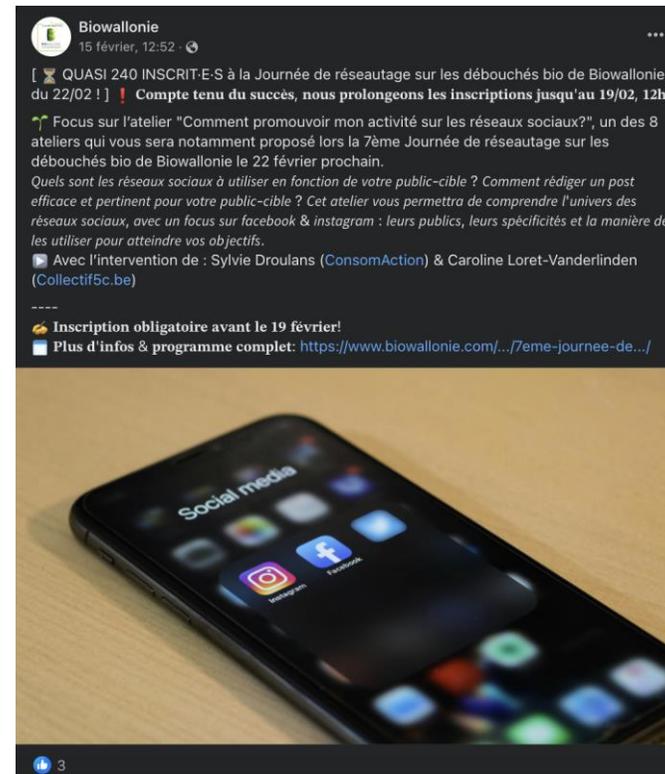
👉 **Inscription obligatoire avant le 10 février!**

📄 **Plus d'infos & programme complet:** <https://www.biowallonie.com/.../7eme-journee-de-.../>



2. Une "bonne publication" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- **Illustrez les publications:** les visuels permettront de dynamiser vos publications. Sur instagram, la photo est le cœur du message !
- Qualité de la photo : non pixellisée / bonne résolution !
 - Cadrage de la photo :
 - Règle des tiers pour bien cadrer ses photos
 - Privilégier un format vertical ou horizontal en fonction de l'endroit où le visuel sera posté (post facebook = horizontal ; story/réel = vertical)
- Un feed instagram harmonieux



2. Une "bonne publication" Facebook et Instagram, c'est quoi ?

- **Planifiez les publications :**
 - Calendrier rédactionnel : rétroplanning personnel pour planifier les publications de vos réseaux sociaux
 - Les « marronniers » = événements récurrents : planifier du contenu pertinent pour votre public (ex. chandeleur, fêtes, journées mondiales, rentrée...) // se raccrocher à l'actualité
 - Prévoir des posts récurrents
 - Varier les **contenus** (sujets) et les **formats** des posts (photo, vidéo, etc.)
- Des outils de planification de publication de posts existent :
 - "Meta Business Suite"



Créer une publication ✕

 **Biowallonie**
Public ▼

Que voulez-vous dire ?

Ajouter à votre publication      ...

 **Booster la publication**
Vous choisirez les paramètres après avoir cliqué sur Publication.

 Programmez votre publication dans [Meta Business Suite](#)

Publier

3. Comment augmenter la visibilité de ses publications sur Facebook & Instagram?

- "Tagguez" les structures (producteurs·rices, partenaires...)
- Encouragez les **interactions** :
 - **Partager/commenter** est davantage **valorisé par l'algorithme**
 - "**Voir plus**"
 - **Répondre** aux commentaires
 - **Instagram** : inviter à **enregistrer**
- **Localisez** : important pour Instagram, utile aussi pour Facebook.
- **Interagissez avec d'autres comptes** :
 - **Commenter ou partager** des publications en lien avec vos activités
 - **Commenter ou partager** les publications sur lesquelles vous apparaissez : si partage, contextualiser
- N'utilisez pas systématiquement des **liens** : les plateformes préfèrent garder les personnes
- Testez les **reels**



3. Comment augmenter la visibilité de ses publications sur Facebook & Instagram?

- Instagram :
 - Utiliser les hashtags : 4 à 5 hashtags, en lien avec le post, mais varier d'un post à l'autre
 - Story : informer d'un post ("new post"), utiliser les fonctionnalités d'interaction...
- Booster ou non vos publications?
 - Faites-le avec un objectif précis : pourquoi booster la publication? Que voulez-vous?
 - Choisissez une publication pertinente : avec suffisamment d'interactions et en lien avec votre objectif
 - Configurer l'objectif
 - Configurer le bouton d'appel à l'action
 - Définissez l'audience : personnes à proximité, celles qui aiment ma page, etc.
 - Définissez le délai et le budget (min. 1€ par jour) : vous fixez un montant et Facebook se charge de tout dépenser dans le laps de temps déterminé.



Quelques outils pour vous aider

- Pour structurer / dynamiser une publication Facebook et/ou Instagram :
 - Choix de polices d'écriture pour Facebook / Instagram : **Yayatext** <https://yaytext.com/fr/> ; **Instagram-fonts** <https://instagram-fonts.fr/> ; ...
 - Banque d'emojis/émoticones : **Piliapp** <https://fr.piliapp.com/facebook-symbols/> ; ...
- **Canva** (outil de design graphique en ligne gratuit – mise en page de visuels, retouche photo, ...) : <https://www.canva.com/> ou Adobe Express (gratuit via SocialWare pour les associations)
- **Capcut** (éditeur vidéo tout-en-un gratuit): <https://www.capcut.com/fr-fr/>
- **Linktree** (pour référencer plusieurs liens dans la bio(graphie) de sa page instagram): <https://linktr.ee>
- **Bitly** (pour avoir des URL plus courts) : (<https://bitly.com>)
- Sites de banques d'images libres de droit : **Unsplash, Pexels, Freepik...**
- **Meta Business Suite** (outil pour gérer les activités marketing et publicitaire sur facebook & instagram): il n'est pas là par défaut, il faut l'activer directement via Facebook/Instagram (sur smartphone, il faut télécharger l'application)
- **Guide des tailles sur les réseaux sociaux** : <https://blog.hootsuite.com/fr/taille-des-images-sur-les-medias-sociaux/>



Partie 3

Exercice pratique



À vous !

Créer votre post Facebook ou Instagram (ou les deux)
pour illustrer votre participation à la journée
d'aujourd'hui !

- ✓ Une accroche
- ✓ Taguer @Biowallonie et l'évènement @7ème Journée annuelle de réseautage de Biowallonie
- ✓ Un texte
- ✓ Illustrer le post
- ✓ Ajouter un hashtag



Partie 4

Conclusions



La qualité plutôt que la quantité

- Qu'est-ce qui est faisable par rapport à votre réalité?
- Ne pas sous-estimer le temps que ça prend
- Trouver le juste équilibre dans votre mix communication :
 - Com digitale, traditionnelle, site web => mettre ses billes dans plusieurs lieux, si FB ferme vous perdez tous vos contacts
- Faire des liens avec vos autres canaux de communication : site web, newsletter
- Sous-traiter la gestion : agence, étudiant, bénévole...



Vous avez aimé cet atelier ? Vous représentez un point de vente et êtes intéressé·e par suivre d'autres formations dans le cadre du projet "du local dans mon point de vente" ?

- Contactez-nous : expertise-com@biowallonie.be
- **Prochaines formations:**
 - Formation "Argumentaire pro-bio/vrac/circuit court" : 11/03
 - Formation "Réseaux sociaux" : 18/03
 - Formation "Communication non-digitale" : 8/04
 - Formation "Communication au sein de mon point de vente" : 23/04
 - Formation "Questionner sa gamme de produits et son approvisionnement" : 13/05
 - Formation "Comment questionner sa politique de prix et de marges et communiquer dessus?" : 17/06





Des questions ?

081/281.010

info@biowallonie.be

www.biowallonie.be