

Pour réussir sa stratégie digitale sur Facebook et acquérir des fans de qualité, les professionnels doivent suivre plusieurs étapes que nous détaillerons. Nous nous intéresserons particulièrement au secteur des cuisinistes.

Avant de se lancer sur Facebook, il faut établir une stratégie claire et précise, se fixer des objectifs et des éléments tels que des KPI permettant de pouvoir mesurer les retours acquis sur le réseau social. Cela peut-être le nombre de likes ou de commentaires sur les posts publiés, le nombre de fans ou encore le nombre de visites sur le site internet provenant de Facebook.

Ensuite, prenez du temps de compléter les informations de votre page attentivement. Aucun champ n'est à négliger que ce soit le nom, l'accroche, le logo, les photos de profil, de couverture, les coordonnées ou le lien à votre site internet.

Pour débiter, il faut que vous rentriez en contact avec les pages du secteur des cuisinistes, que ce soit des partenaires ou des fournisseurs, ils vous suivront en retour et vous pourrez partager des informations et des actualités.

Un élément primordial est de créer de l'interaction avec le client, et ne négligez pas de répondre à toutes les questions, il est très important d'être réactif sur les réseaux sociaux.

A titre d'exemple, la société Oskab a adopté la stratégie de mettre en avant son logiciel de cuisine 3d et par la même occasion mettre le client en avant, le cuisiniste sur sa page a créé des albums photos ayant pour thème « avis de client », avec les photos de [cuisine pas cher](#) modélisée en 3d et le résultat en photo prise par le client. Ainsi l'internaute peut comparer les maquettes d'

[ilot de cuisine](#)

, d'agencement de meuble et

[robinet de cuisine](#)

en 3D avec le résultat réel en photo.

Le cuisiniste Schmidt quant à lui anime sa page Facebook grâce à des jeux concours mettant aussi le client à contribution en leur demandant l'avis sur leur cuisine actuelle. Il en est de même pour le professionnel Cuisinella qui est actif sur Facebook et Twitter.

Enfin, vous pouvez opter pour la publicité payante Facebook Ads qui est un moyen efficace de recruter des fans. Vous pouvez opter entre le paiement par clics ou le paiement par impression, choisissez la formule qui vous convient le mieux et établissez des phrases d'accroche forte accompagnées de photo attirante pour le client.

Facebook est aujourd'hui un levier incontournable pour un professionnel des équipements de cuisine.

