

Le contenu est la clé du succès sur les réseaux sociaux comme Facebook, mais quel type de contenu entre entreprise BtoB peut-elle bien imaginer diffuser pour émerger sur le réseau des réseaux ?

La plateforme de réseautage social est devenue un outil e-marketing. Il est d'ailleurs désormais possible d'y faire de la publicité auprès d'une audience bien ciblée et même les petites entreprises locales se sont emparées de l'occasion.

Voici quelques-unes des techniques qu'elles utilisent.

1. Chaîne video avec des tutoriels

Ne publier ou intégrer pas seulement des vidéos dans votre blog ou votre site Web, placez-les également sur votre page Facebook. Cela pourrait être juste une mise à jour de votre mur s'il est d'actualité. Fournissez assez de contenu et de qualité via des vidéos décrivant par exemple comment utiliser une application comme celle de [L'expert-comptable en ligne](#) , « [Tiime](#) » ou expliquant visuellement un concept difficile. Il est préférable de créer un onglet Facebook distinct qui permet en un clic d'accéder à vos vidéos tutoriels.

2. Nouvelles mises à jour dans votre secteur d'activité

Rester toujours dans la tendance est important pour toute industrie, donc publiez de nouvelles informations afin de fournir à vos clients et prospects des informations à jour

3. Incitez les internautes à cliquer sur "J'aime"

Afin d'améliorer votre popularité auprès des internautes, incitez vos visiteurs, [comme Starbuck](#) à cliquer sur le bouton "J'aime" de votre page et à vous suivre afin de les fidéliser. Vous pouvez également les inciter à vous donner leur adresse mail afin d'améliorer considérablement votre taux d'acquisition d'email.

4. Cibler les décideurs

Si vous souhaitez cibler les décideurs avec des publicités payantes sur Facebook, un ciblage démographique précis peut être réalisé via la fonction de publicité

5. Sondages et enquêtes

La collecte d'informations auprès des prospects et clients est essentielle pour comprendre ce qui est important pour eux et fournit des informations précieuses pour mettre de nouveaux produits et services sur le marché. Facebook fournit un outil de question simple mais gratuit qui est placé dans la section de l'onglet de partage principal de votre page Facebook.

6. Vendez vos produits et services

De nombreuses applications émergentes permettent de vendre vos produits et services sans que les internautes ne quittent votre page Facebook, comme l'a fait [Nutella en 2017](#) .

7. Tirer parti du facteur de confiance grâce au contenu partageable

La recherche montre que nous faisons confiance à nos amis et à nos collègues à 90%, mais que la publicité n'a qu'un facteur de confiance de 14%. Créez des photos et des vidéos attrayantes et intéressantes que les internautes partageront sur Facebook, comme [Zappos sait le faire](#) .

8. Changez l'image de votre entreprise

Le web social a créé un web beaucoup plus décontracté, réel et authentique. Utilisez votre page Facebook pour mettre en évidence le côté humain de votre entreprise. Publiez des vidéos et des images qui ne sont pas des modèles photo achetés ou des mannequins en plastique et rédigés des articles qui amélioreront l'image de votre entreprise.

9. Fournir un service client sur Facebook

Ce qui est souvent négligé, c'est le pouvoir de marketing d'un excellent service client et encourager le bouche à oreille qui est très important.