

PROGRAMME DE FORMATION

## FACEBOOK POUR LES PROFESSIONNELS

<p><b>PUBLIC</b></p> <p>Toute personne dont l'activité professionnelle s'adresse à une clientèle locale ou communautaire — commerçants de proximité, artisans, TPE de service, structures associatives, métiers à clientèle de quartier.</p>	<p><b>PRÉREQUIS</b></p> <p>Disposer d'une page Facebook professionnelle active et d'une activité à valoriser.</p>	<p><b>FORMAT</b></p> <p>Présentiel</p>	<p><b>RYTHME</b></p> <p>Temps plein</p>
<p><b>DURÉE</b></p> <p>1 jour — 6 heures</p>	<p><b>TARIF HT</b></p> <p>Sur devis</p>	<p><b>DÉLAI D'ACCÈS</b></p> <p>Entretien</p>	<p><b>ACCESSIBILITÉ PSH</b></p> <p>Nous consulter</p>

### OBJECTIFS

- **Identifier** ce que Facebook permet aujourd'hui pour une activité de proximité : présence locale, événements, communauté de clients, recommandations.
- **Utiliser** les fonctionnalités professionnelles de la plateforme — page locale, événements, groupes, messagerie, Marketplace — selon la nature de l'activité.
- **Appliquer** une méthode d'animation de page régulière qui entretient le lien avec une clientèle existante et en touche de nouvelles, sans dispersion.
- **Évaluer** le retour concret de sa présence Facebook pour son activité, mesurer ce qui fonctionne et ajuster sa pratique.

### PROGRAMME

#### Matinée : Comprendre Facebook comme outil professionnel local

- **Panorama de Facebook en contexte professionnel** : usages actuels de la plateforme, publics présents, typologie des usages selon les métiers de proximité.
- **Page professionnelle** : différence profil/page, paramétrage essentiel d'une page locale, présentation de Meta Business Suite et données utiles à suivre.
- **Présence locale et référencement** : avis Facebook, géolocalisation, articulation avec les autres dispositifs de présence locale (fiche Google, annuaires métier).
- **Vocabulaire visuel** : photo de profil, photo de couverture, cohérence avec l'identité de l'activité. Ateliers à partir des pages des participants.

#### Après-midi : Construire une animation soutenable

- **Formats natifs et outils** : publications, événements, Stories, Reels, groupes, Messenger et Marketplace — comprendre ce que chaque format produit et choisir selon l'activité sans s'épuiser.
- **Apport de l'IA générative** : générer des visuels, formuler des annonces, décliner un contenu en plusieurs formats tout en préservant l'authenticité de l'activité locale.

- **Planification et statistiques** : calendrier éditorial réaliste, programmation via Meta Business Suite, lecture des indicateurs clés (portée, engagement, conversions concrètes). Cadre juridique : droit à l'image, RGPD, modération des avis.

- **Plan d'action individuel** : chaque participant identifie un axe prioritaire, un rythme tenable et deux ou trois cas d'usage pour les semaines suivantes.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

---

- **Démonstrations et ateliers guidés** sur les pages des participants, à partir de leur activité réelle et de leur ancrage local.

- **Approche comparative** entre les fonctionnalités Facebook pour comprendre ce que chacune produit et choisir selon l'activité.

- **Échanges entre pairs** pour adapter la méthode aux différents contextes professionnels des participants.