

facebook

2



Marketing

Faites décoller votre business sur Internet !

© 2011

Édition
virale



Licence

L'auteur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible lors de la création de cet ouvrage, malgré ceci, il ne peut en aucun cas garantir ou représenter l'exactitude de son contenu dû à l'évolution et à la mutation rapide et constante d'Internet.

Bien que tout ait été fait afin de vérifier ces informations, l'auteur n'assume aucune responsabilité concernant des erreurs, des omissions, d'une mauvaise interprétation du sujet développé. Toutes formes d'offenses éventuellement ressenties par des personnes, peuples ou organisations seraient purement involontaires.

Comme dans tous les livres pratiques de conseil, aucune garantie de revenu ne peut être faite. Les lecteurs sont avertis et doivent faire appel à leur propre jugement à propos de leurs propres capacités à agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à l'utilisation en tant que source légale en droits des affaires, comptable ou financier. Les lecteurs sont invités à faire appel à des services législatifs professionnels compétents dans ces différents domaines.

Copyright

Ce livre est protégé par copyright. Vous ne pouvez en aucun cas le modifier, le copier ou vous en inspirer. Toute reproduction même partielle est interdite.

Copyright Dépôt N° 00043618.

Vous pouvez diffuser ce rapport librement et GRATUITEMENT, à condition de pas le modifier ni de l'altérer.

Vous n'avez aucun droit de revente de ce rapport !

Si vous souhaitez diffuser ce rapport, nous vous proposons une version personnalisable que vous trouverez dans les outils du programme d'affiliation d'Édition Virale. L'inscription est gratuite : [Inscription Affiliation](#).

Pour toute question, , vous pouvez nous contacter à cette adresse : support@edition-virale.com.

L'équipe d'Édition Virale



Sommaire

Licence.....	2
Sommaire.....	3
Introduction.....	4
Utilisez Facebook pour générer du trafic ciblé.....	6
Utilisez les Pages Facebook pour attirer et fidéliser vos clients.....	10
Conseils supplémentaires pour réussir avec Facebook.....	14
Les erreurs à éviter sur Facebook.....	16
Un Outil Sur Mesure.....	19
Conclusion.....	22



Introduction

Depuis le lancement de votre entreprise, vous travaillez d'arrache-pied afin d'attirer le maximum de clients potentiels sur vos sites ou dans votre magasin.

Toutes les méthodes de promotions sont passées :

- Le référencement naturel
- Les communiqués de presse
- Google Adwords
- La diffusion de vidéo sur YouTube, etc.

Cependant, utilisez-vous Facebook pour générer du trafic vers vos produits et services ?

Aujourd'hui, ce site est devenu incontournable sur Internet. Pour mieux comprendre, il suffit de connaître ces statistiques :

- Plus de 20 millions d'utilisateurs en France en 2010. Soit une augmentation de + 44 % par rapport à 2009.
- Facebook est le second site le plus visité derrière Google et devant YouTube.
- La moitié des utilisateurs se connecte au moins 1 fois par jour sur leur compte.
- En France, le taux de pénétration est de plus de 44 % par rapport à la population des internautes.

Avec de tels chiffres, les entrepreneurs ne peuvent ignorer ce site pour la commercialisation de leurs produits et services.

Il existe différentes façons d'exploiter Facebook. Il y a les solutions gratuites ou celles qui sont payantes. Elles seront toutes traitées dans ce rapport.

Ce n'est pas tout, puisque je vous montrerai également :

- Comment utiliser Facebook pour développer votre entreprise en ligne.
- Comment obtenir du trafic ciblé ?



À la Découverte du Marketing Communautaire

- Comment améliorer votre image de marque pour vous aider à augmenter vos bénéfices.

Si vous n'utilisez pas encore Facebook, vous perdez certainement de l'argent... surtout si vos concurrents ont déjà réalisé ce travail. Je vous rassure, il n'est pas trop tard. D'ailleurs, avec les conseils présents dans ce guide, vous devrez pouvoir vous démarquer et ainsi prendre une longueur d'avance.

Il ne vous reste plus qu'à poursuivre votre lecture afin de bénéficier, à votre tour, des avantages offerts par Facebook.

C'est parti !



Utilisez Facebook pour générer du trafic ciblé

Vous avez probablement déjà vu ces publicités. Elles se trouvent sur le côté droit de vos pages Facebook comme cet exemple :

Lien commercial Créer une publicité

Jouez-vous à la Belote ? x



Défiiez vos amis autour d'une partie de Belote !
Jeux en ligne 100%
Gratuit !

Tournoi gratuit bwin.fr x
poker.bwin.fr



Inscrivez-vous vite et partagez les 5000€ mis en jeu !

En voiture Simone ! x



Identifiez-vous gratuitement et donnez 5 bonnes réponses au Quiz kilométrique APRR pour gagner un téléviseur 3D !
Jouez avant le 15/03

J'aime · 1 948 personnes aiment ça.

Comment est votre avatar? x
passeportpandora.info



Découvrez votre nom et caractère Avatar, soutient l'entrée dans le monde fantastique!
Inscription. Montrer à vos amis!

Ces annonces ne sont pas diffusées de manière aléatoire. Elles sont diffusées en fonction des intérêts des utilisateurs. En fait, Facebook analyse les données et suivant les préférences, il affiche des annonces pouvant intéresser ces personnes.

Par exemple, si vous vendez un produit pour perdre du poids, votre annonce sera affichée seulement sur les profils des utilisateurs voulant perdre du poids. Ainsi, chaque affichage représente une vente potentielle.

Cela évite de perdre inutilement de l'argent en affichant votre annonce sur les profils de personnes non intéressées par votre produit ou service.

Comme vous pouvez le constater, les annonces sur Facebook sont simples, mais efficaces. Chaque annonce est composée d'un titre, d'un bloc de texte et d'une photo de votre choix, le tout dans un rectangle de 110pxX80px pour s'adapter au menu vertical de Facebook.

Quels éléments pouvez-vous promouvoir ?

Les possibilités sont nombreuses :

- Un produit
- Un service
- Un site web
- Un concours
- Une photo



À la Découverte du Marketing Communautaire

- Une vidéo
- Un événement, etc.

Sans oublier les promotions offlines si vous avez un magasin par exemple (il suffira de cibler les personnes habitant à proximité).

Quels sont les avantages de Facebook par rapport aux autres solutions et notamment Google Adwords ?

Premièrement, il y a un élément à prendre en compte ou plutôt une nouvelle tendance... nous utilisons de plus en plus notre téléphone mobile pour nous rendre sur Internet.

Le marché des smartphones a explosé depuis l'arrivée de l'iPhone et pour votre entreprise c'est plutôt une bonne nouvelle. Effectivement, Facebook est accessible très facilement depuis les mobiles. Ainsi, vos clients potentiels pourront voir vos annonces chez eux, mais aussi au café, dans les transports en commun, en vacances...

Deuxièmement, Facebook est généralement moins cher que Google Adwords. De plus, le ciblage peut être très précis. Par exemple, afficher l'annonce aux personnes vivant seulement sur Paris. Cela peut être intéressant pour les entreprises locales (restaurant, boutique, etc.)

Troisièmement, vous avez la possibilité d'ajouter une image. Plusieurs personnes ont réalisé des tests et les résultats étaient meilleurs avec des images que sans. Ce n'est pas une science exacte, mais effectivement, suivant l'image, notre regard peut être capté, nous poussant à cliquer sur l'annonce pour découvrir l'envers du décor. Avec un simple texte, c'est plus difficile.

Le dernier avantage est le nombre de caractères pouvant être utilisé pour écrire votre annonce. Pour Google Adwords, vous êtes limité à 70 caractères pour écrire votre contenu. Les annonces sur Facebook vous permettent d'écrire un titre de 25 caractères (comme Adwords), mais vous avez aussi 135 caractères pour le corps du texte.

4 astuces pour exploiter la publicité payante sur Facebook.

Comme pour n'importe quel autre moyen de promotion, les résultats de votre campagne peuvent varier en fonction de votre capacité à exploiter l'outil.

Pour vous éviter de perdre du temps et de l'argent, je vais partager 4



À la Découverte du Marketing Communautaire

astuces pour commercialiser efficacement votre business à travers Facebook.

Vous devez cibler vos clients potentiels.

C'est une différence par rapport à Google Adwords.

- Google Adwords. Lors de la création de votre annonce, vous choisissez les mots clés à cibler.
- Facebook. Lors de la création de votre annonce, vous indiquez les données démographiques (l'âge, le sexe, le pays, etc.)

Par conséquent, vous devez essayer de connaître vos clients potentiels pour mieux les attirer vers votre site. Cela demande du temps et au fur et à mesure de vos recherches, vous pourrez ajuster vos campagnes.

Vous devez écrire une annonce attrayante.

Le texte figurant sur votre annonce est capital pour le succès de votre campagne. Effectivement, suivant le texte, vos clients potentiels décideront ou non de cliquer sur votre annonce.

Suivant la concurrence présente dans votre marché, vous devrez apporter une attention toute particulière à ces quelques lignes de textes.

Le plus simple est de mettre en évidence le principal avantage que vos clients potentiels obtiendront s'ils décident de cliquer sur votre annonce.

Vous devez sélectionner une image cohérente.

Il est bien connu qu'une image vaut mille mots. Par conséquent, prenez votre temps au moment du choix de votre image. Elle doit être de bonne qualité, bien visible, et attirer l'attention.

De plus, il est important d'adapter l'image en fonction de la cible visée. L'âge doit être pris en compte. Effectivement, à 20 ans nous n'avons pas les mêmes références qu'à 50 ans.

Vous devez choisir la bonne page de destination.

Créer une annonce attrayante est une bonne chose. Cependant, si vous redirigez vos clients potentiels vers une page sans intérêt, tous vos efforts ne vous auront servi à rien.

Par exemple, si vous proposez aux personnes de télécharger un cadeau, ne les redirigez pas vers la page d'accueil de votre site. Au contraire, la page de destination doit être celle où se trouve votre cadeau.

C'est la même chose si vous souhaitez vendre un produit. Amenez-les là où



À la Découverte du Marketing Communautaire

vous souhaitez qu'elles réalisent une action :

- Inscription à une liste opt in
- Participation à un concours
- Achat d'un produit, etc.

D'ailleurs, Facebook le précise :

Votre publicité devrait rediriger l'utilisateur vers la page d'atterrissage la plus appropriée. Quand un utilisateur Facebook clique sur votre publicité, il devrait être amené immédiatement vers une page d'information spécifique ou de présentation du produit décrit dans votre publicité.

Pour vous aider à ne pas commettre d'erreur lors de la création de votre annonce, lisez attentivement [les règles publicitaires](#).



Utilisez les Pages Facebook pour attirer et fidéliser vos clients

Pour tout entrepreneur, il est intéressant d'avoir une idée de sa popularité. Effectivement, vous travaillez tous les jours sur vos produits et services pour répondre au mieux aux attentes de vos clients potentiels. Malheureusement, il n'est pas toujours évident de connaître l'attachement que ces personnes peuvent avoir pour votre entreprise. Les Pages Facebook permettent de combler ce manque.

Quels sont les avantages des Pages Facebook ?

Les avantages sont nombreux :

- À l'aide des statistiques, vous connaîtrez avec précision votre client potentiel type. C'est à dire, son âge, son sexe, sa localisation... Vous pourrez ainsi adapter votre communication en fonction de ces résultats. Effectivement, votre stratégie ne peut pas être identique si l'âge moyen de vos clients potentiels est de 20 ans ou de 55 ans.
- Vous avez à disposition une liste de prospects gratuite. Pour réussir sur Internet, le plus important est de pouvoir contacter facilement des personnes intéressées par vos produits ou services. Dans notre cas, vous savez déjà que toutes les personnes inscrites à votre page sont fans de votre entreprise. Ainsi, tout le travail de persuasion est déjà fait. Il ne vous reste plus qu'à contacter ces personnes pour générer des revenus.
- Vous pouvez échanger directement avec vos prospects. Sur Internet, les lieux pour entrer directement en contact avec vos clients potentiels sont finalement rares. Par conséquent, il ne faut pas louper les occasions. Pour quelle raison ? Il sera plus simple de convaincre une personne d'acheter votre produit si elle vous connaît déjà.
- Comme les personnes peuvent partager des informations sur votre marque, c'est une excellente manière de connaître leurs attentes, leurs besoins ou les points forts et points faibles de vos produits. Vous pourrez y apporter des modifications ou en proposer d'autres. Ainsi, vous limiterez les risques d'échec.
- Vous pourrez attirer de nouveaux clients potentiels. La bonne nouvelle est qu'une Page peut être indexée dans Google et les autres moteurs de recherche. Ainsi, en optimisant votre page sur un mot clé précis, vous pourrez apparaître dans les premiers résultats. Comme il n'est pas nécessaire de posséder un compte Facebook pour accéder à



À la Découverte du Marketing Communautaire

votre Page, tous les internautes pourront accéder gratuitement.

- Vous pouvez fidéliser facilement vos prospects. Pour cela, il est important de mettre à jour régulièrement votre page. Vous pouvez poser des questions, offrir des cadeaux, des coupons de réductions, organiser des concours, ajouter des photos ou vidéos, etc.

Améliorer votre référencement grâce à vos Pages Facebook .

C'est certainement l'un des points les plus importants sur Internet. Si votre entreprise n'est pas visible dans les 10 ou 20 premiers résultats, c'est comme si vous n'existiez pas. Par conséquent, vous devez tout faire pour améliorer votre référencement.

Nous avons vu ci-dessus qu'une Page pouvait vous aider à atteindre ce résultat. Voici comment faire.

- Commencez par réaliser des recherches. Vous pouvez utiliser le générateur de mots clés de [Google Adwords](#) (l'inscription est gratuite). L'objectif étant de cibler les mots clés en rapport à votre niche.
- Une fois le mot clé trouvé, ajoutez-le dans le titre de votre page. C'est important puisque c'est le premier élément analysé par les moteurs de recherche.
- Essayez d'ajouter ce mot clé dans le contenu de votre page. Cependant, ne faites pas l'erreur de négliger la qualité des informations partagées. Il ne faut pas créer une Page seulement pour des questions de référencement. C'est avant tout pour échanger avec vos prospects et clients.
- Il est important de mettre à jour régulièrement votre page pour vous maintenir dans les premiers résultats. Cela vous aidera aussi à maintenir le contact avec vos fans.
- Créez des backlinks (lien entrant) vers votre page Facebook. Plusieurs paramètres permettent d'améliorer le référencement d'une page sur Google. Le nombre de backlinks en fait partie. Par exemple, si vous avez un blog, vous pourriez mettre un lien à la fin de vos articles.

Conseils pour que votre Page soit un succès.

Mettre en place une Page est une bonne chose pour votre business, mais le simple fait de créer une page et de réaliser de temps en temps une mise à jour ne suffit pas.

Ce n'est pas une solution miracle. Vos prospects ne font pas se jeter sur votre page, dévorer vos informations puis acheter tous vos produits.



À la Découverte du Marketing Communautaire

Pour éviter les erreurs, voici plusieurs conseils.

- Pensez d'abord à l'intérêt de vos fans avant le vôtre. Pour cela, il suffit de vous poser cette question « quelles sont les informations dont ils ont besoin ? ».
- Restez connecter avec vos fans. Ne faites pas l'erreur réalisée par de nombreux vendeurs : ils lancent une Page, ajoutent quelques informations les premiers jours puis la mettent de côté pour y revenir plusieurs semaines après.
- Soyez humain. Facebook est avant tout un réseau social. Par conséquent, il est important de montrer l'envers du décor. Soyez plus personnel en ajoutant des photos ou des vidéos. Vos prospects se sentiront plus proches de vous et pour les fidéliser, il n'y a pas mieux.
- Vous n'êtes pas limité à une seule Page. Par conséquent, si vous avez plusieurs produits ou services, il pourrait être intéressant de créer différentes Pages Facebook . Les personnes seront ainsi mieux ciblées et l'interaction sera plus aisée. De plus, lorsque vous proposerez un cadeau ou autre chose, vous serez sûr qu'il fera plaisir à l'ensemble de vos fans.
- Pour inciter les personnes à devenir « fan », vous pouvez créer une vidéo ou écrire un texte expliquant tous les avantages de devenir votre fan. Cela permet d'augmenter votre taux de conversion.

Comment attirer vos fans ?

Vous venez de créer votre Page. Vous avez plein d'idées en tête pour fidéliser vos futurs fans. C'est une bonne chose. Maintenant, il est temps de passer à l'essentiel : attirer des personnes sur votre Page. Voici comment faire.

- Si vous avez déjà une liste d'amis Facebook, vous pouvez envoyer une invitation à ces personnes.
- Si vous utilisez d'autres réseaux sociaux comme Twitter, vous pouvez annoncer la création de votre Page.
- Si vous avez un blog, il existe des [widgets proposés par Facebook](#). Le widget « Like Button » et « Like Box » sont intéressants dans notre cas.
- Si vous avez une liste d'abonnés, vous pouvez envoyer un email pour les prévenir.
- Vous pouvez utiliser les annonces Facebook pour promouvoir votre page.



À la Découverte du Marketing Communautaire

- Ajoutez un lien vers votre Page à la fin de vos emails. Cette méthode fonctionne aussi pour les signatures présentes à la fin de chaque message sur les forums.
- Si vous utilisez des solutions offlines pour promouvoir votre business comme des flyers, affiches, etc. vous pouvez ajouter le lien de votre Page.
- Sur votre profil Facebook, vous pouvez ajouter le lien de votre Page.
- Écrivez des messages sur les murs ou les Pages Facebook des autres utilisateurs de Facebook.
- Incitez les personnes à devenir « fan » en proposant un coupon de réduction ou des informations « confidentielles » en échange de leur inscription.

Pour illustrer ce dernier point, voici un exemple concret :



En cliquant sur « J'aime », la personne peut accéder au concours et ainsi avoir une chance de gagner des week-ends ou d'autres lots.



Conseils supplémentaires pour réussir avec Facebook

Depuis le début de ce rapport, j'ai essayé de vous donner le maximum de conseils afin d'utiliser au mieux les outils proposés par Facebook.

Je vais continuer dans ce chapitre en complétant les points déjà vus précédemment avec de nouveaux conseils.

Vous devez avoir un objectif clair dès le départ.

Facebook offre de nombreuses possibilités : attirer des prospects sur votre site, vous constituer une liste d'acheteurs potentiels, augmenter votre crédibilité auprès de ces personnes, etc.

C'est pour cette raison qu'il est important de fixer à l'avance vos objectifs. Ainsi, vous pourrez concentrer tous vos efforts dans un but bien précis. Cela vous évitera de vous disperser.

Par exemple, si votre principal objectif est de vous rapprocher de vos prospects, vous allez passer du temps à discuter avec eux, à leur préparer du contenu gratuit et de qualité, des cadeaux, etc. Vous mettrez de côté tout votre arsenal du parfait vendeur pour endosser le costume de « l'ami ».

Les personnes n'ayant pas un objectif clair en tête risqueraient de faire beaucoup de promotions puis de passer dans une période de « fidélisation ». Cette stratégie est efficace pour déstabiliser vos prospects, donc à éviter.

Vous devez avoir une stratégie.

Cela rejoint le point précédent.

Pourquoi créez-vous votre compte sur Facebook ? Est-ce pour faire comme tout le monde ou bien souhaitez-vous ajouter cet outil dans une stratégie plus globale ?

Par exemple, vous pourriez utiliser Facebook pour :

- Avoir un service après-vente.
- Informer vos prospects de vos nouveautés et les rediriger vers vos sites.



À la Découverte du Marketing Communautaire

- Offrir des cadeaux à vos clients actuels.

En fait, utiliser Facebook de manière indépendante ne sera pas toujours efficace. Vous devez l'inclure dans votre stratégie de communication, de promotion, etc.

Par exemple, si vous souhaitez l'utiliser pour tenir informer vos prospects des nouveautés, vous pourriez, en plus de Facebook, utiliser Twitter et mettre en place un blog.

Remarque : Facebook est gratuit, il est utilisé par des millions de personnes, mais avant de l'utiliser, regardez s'il n'existe pas de meilleures alternatives.



Les erreurs à éviter sur Facebook

Les erreurs sont nombreuses. C'est le cas sur Facebook et dans bien d'autres domaines. Malheureusement, elles peuvent avoir de graves répercussions sur votre business.

Il va être difficile de tous les répertorier, mais je vais vous donner les plus importantes.

Vous passez votre temps à promouvoir votre business et toutes les occasions sont bonnes pour le faire.

OK, vous avez une entreprise à faire tourner et logiquement vous essayez d'attirer de nouveaux clients potentiels sur vos sites pour leur vendre vos produits et services.

Cependant, est-ce une raison « d'inonder » vos pages et celles des autres utilisateurs de publicités ? Est-ce la meilleure stratégie à mettre en place ?

Il ne faut pas oublier que vous utilisez un réseau social. Par conséquent, les personnes décident de s'inscrire pour échanger avec d'autres personnes, leurs amis, leur famille, leurs connaissances.

Nous sommes déjà assiégés par les publicités dans notre quotidien, à la télévision, à la radio, dans les journaux, dans la rue... Si vous pouviez éviter de le faire sur Facebook, vos amis et fans vous en remercieraient. De plus, les vendeurs se concentrant exclusivement sur la promotion de leur business sont généralement rapidement mis de côté.

Dans ce cas, que devez-vous faire ? Connaissez-vous la loi de Pareto ou loi des 80/20 ?

Je ne vais pas entrer dans les détails, mais il est possible de l'appliquer même sur Facebook. Vous devez tout simplement consacrer 80 % de votre temps à bâtir une relation de confiance avec les personnes et 20 % à faire la promotion de votre business.

Vous ne poursuivez pas vos efforts.

Vous venez de créer votre compte Facebook et vous êtes tout excité. Je le comprends très bien. Effectivement, comme vous avez pu vous en rendre compte, bien utilisé, Facebook peut être un excellent outil de marketing.



À la Découverte du Marketing Communautaire

Malheureusement, et cela n'est pas seulement valable pour Facebook, de nombreuses personnes coupent leurs efforts après quelques semaines.

La principale raison est certainement le manque de résultats. Effectivement, nous souhaitons obtenir tout... tout de suite. Par conséquent, si notre travail sur Facebook ne permet pas de générer rapidement des revenus, cela signifie que ce site n'est pas efficace.

C'est une grave erreur.

Ce n'est pas en quelques semaines qu'on peut obtenir des résultats permettant de doubler son chiffre d'affaires. Il faut déjà prendre le temps de se documenter puis d'appliquer les conseils appris.

Ensuite, il y a toute une partie d'adaptation puisqu'une méthode peut marcher pour une personne et être un échec pour vous. Par conséquent, vous devez trouver les techniques vous permettant d'obtenir les meilleurs résultats. Il n'y a pas de mystères... cela vous prendra du temps.

C'est pour cette raison que je vous conseille de poursuivre vos efforts. D'ailleurs, la seule manière de réussir sur Facebook est d'être constant et notamment dans vos mises à jour.

Continuons avec une liste d'erreurs supplémentaires :

- Votre profil n'est pas complet. Facebook demande de nombreuses informations. Généralement, les personnes se contentent du strict minimum. Dans votre cas, il est important de fournir le maximum de détails. Plus vous jouez la carte de la transparence et plus vos prospects auront confiance.
- Vous focalisez vos efforts pour obtenir le maximum d'amis ou fans. Avoir le maximum d'amis sur Facebook n'est pas le plus important. Cela ne sert à rien d'avoir 10 000 amis si vous ne gagnez pas d'argent. Par contre, réussir à bâtir une relation de confiance avec ces personnes a beaucoup plus de valeur.
- Vous n'êtes pas réactif. Vos fans et amis pourront réagir suite à vos messages. Certaines fois ce sera positif et d'autres fois négatif. Dans les 2 cas, il sera important d'être réactif. Facebook doit vous servir avant tout pour dialoguer avec vos prospects. Si une personne est obligée d'attendre 1 mois avant d'obtenir une réponse à sa question, votre crédibilité diminuera automatiquement.
- Facebook vous donne la possibilité de cibler les personnes, alors profitez-en. Par exemple, cela ne sert à rien d'écrire un message à l'ensemble de vos fans si seulement la moitié est réellement intéressée.



À la Découverte du Marketing Communautaire

Ne pas commettre ces erreurs vous permettra d'une part d'atteindre plus facilement les objectifs fixés. D'autre part, vous réussirez sans trop d'efforts à vous démarquer de vos concurrents qui, dans l'ensemble, les commettront.



Conclusion

Facebook est l'un des sites les plus visités chaque jour. Ce sont des millions de personnes pouvant devenir un jour vos clients. Par conséquent, Facebook peut être une véritable mine d'or. Tout dépend de votre marché et de votre capacité à exploiter cet outil.

Maintenant, que devez-vous faire ?

Vous venez de terminer la lecture de ce rapport. Normalement, vous devez déjà avoir plusieurs idées. Soit pour améliorer votre stratégie actuelle, soit pour commencer à utiliser Facebook.

En complément de ce rapport, je vous conseille de regarder si vos concurrents se sont déjà mis à l'heure de Facebook. Cela pourrait vous donner des idées de choses à faire et celles à éviter.

Inspirez-vous, innovez et vous réussirez à faire décoller votre business sur Internet grâce à Facebook !

Dernier conseil : maintenant que vous avez de nombreux conseils pour exploiter Facebook, **passer à l'action** !

Participez maintenant à la diffusion de notre prochain guide Facebook et percevez 100 % des ventes générées directement sur votre compte Paypal.

Oui vous ne rêvez pas, un simple clic suffit pour vous inscrire et récupérer les outils que nous vous avons préparé :

<http://www.edition-virale.com/affiliation/>

Amicalement,

Didier, Philippe et Stéphane
L'équipe d'Édition Virale
<http://edition-virale.com>

N'hésitez pas à nous contacter : contact@edition-virale.com



Affiliation
Une Simple Inscription Suffit, Cliquez Ici 

Inscrivez-vous pour participer à la diffusion du prochain guide Facebook et percevez 100 % des ventes générées directement sur votre compte Paypal !

Copyright 2011 - Tous Droits Réservés 



À découvrir également

Dans la même série :

Découvrez la puissance des Pages Facebook.

Elles vous permettront de générer des fans sans limite et de promouvoir toutes formes d'activités ou d'évènements.

Une action virale fait de cette outil une arme incontournable pour le développement de vos activités.

[Cliquez ICI pour en savoir plus >>>](#)



Nos outils Wordpress :



Un Outil Redoutable Et Très Facile à Utiliser

Créez Jusqu'à Un Capteur de Sortie Par Page ou Article !