



**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

## **Formation JQJL**

### **Objectif**

- Fournir à l'entrepreneur des outils qui pourront l'aider à établir une stratégie afin de se faire connaître sur les réseaux sociaux, notamment Facebook
- Enseigner les bases, afin que l'entrepreneur puisse planifier et concevoir des publications ayant une plus grande portée
- Démontrer les différences entre du placement de produit, des publications pour attirer des abonnés et des publications d'image

Le client doit au préalable avoir sa page Facebook professionnelle et une page personnelle.

### **Comment planifie-t-on sa stratégie?**

Monter un chiffre d'affaires sur les réseaux sociaux ce n'est pas une mince tâche, ni l'affaire d'une semaine.

Comme toutes les disciplines, il faut y mettre du temps et planifier sa stratégie. Les entreprises qui réussissent le mieux, récoltent le fruit d'un travail d'une ou plusieurs années.

Évidemment les entreprises richissimes ayant un budget faramineux pour se faire connaître le feront plus rapidement, mais conserveront-elles l'engagement de leurs abonnés si chèrement acquis ?



J'achète Québécois, J'achète Local!

**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

- 1) **La méthode du calendrier.** Quelles sont ou seront vos périodes les plus achalandées ? Bien-sûr tout dépend de ce que vous avez à offrir. Si vous offrez des vêtements chauds d'hiver, il est fort probable que vos ventes soient moins vigoureuses en pleine canicule d'été !
  - a) L'exercice consiste à faire le tour de **votre calendrier, un an en avance**. Prenez en note toutes les fêtes, évènements et périodes qui vous sembleront être les plus achalandées pour votre commerce.
  - b) Une fois les périodes d'achalandages bien identifiées, questionnez-vous : **quand, quoi et comment** ? En mettant vos ressources et votre imagination en mode solution d'avance, vous serez mieux préparés. Prenez un cahier, divisez-le en 12 mois et prenez des notes. En haut de la page vous écrivez disons « Noël ». Vous y écrirez chaque idée, que ce soit pour adapter votre offre ou encore les publications que vous ferez à ce moment propice.
  - c) **L'idée derrière cette pratique** est de vous aider à planifier en avance, et à vous assurer d'avoir du contenu bien préparé. On le sait, de nos jours les décorations de Noël envahissent nos commerces pratiquement tout de suite après que celles de l'Halloween soient enlevées.
  - d) **Que faire pour les périodes tranquilles ?** Souvent dans notre réalité, on touche à plusieurs sinon tous les départements dans nos commerces. S'il en est un qui devient une clé dans notre santé financière, c'est celui de développement et recherche. Quand on sait ce qu'on va offrir et quand, selon nos périodes d'achalandage, il devient crucial de diversifier ou adapter notre offre pour les périodes « tranquilles ». Vous pourrez remplir votre cahier de planification, avec chaque idée qui vous vient en tête.



**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

## **Mes publications n'ont pas de succès !!!**

### **Qu'est-ce que je fais ?**

Premièrement, vous devez savoir que c'est tout-à-fait normal de ne pas faire mouche sur vos publications à coups sûrs ! Le succès de vos publications repose sur plusieurs points stratégiques précis.

Contrairement à la croyance populaire, ce n'est pas à cause de l'achalandage que votre publication passe inaperçue. En ce sens que, les abonnés du groupe **JQJL** voient passer vos publications sur leur fil d'actualité. Certes un bon pourcentage participe activement SUR le groupe, mais 70% ne font que réagir à ce qu'ils voient défiler sur leur fil. La prochaine étape consistera à faire le point sur les détails pouvant avoir un grand impact au niveau de la réactivité de vos publications.

### **L'engagement du public JQJL**

**JQJL** c'est une grosse, énorme tribune. Mais qu'est-ce que ça signifie dans le concret ?

Voici ce que mes années de service auprès de cette belle communauté m'ont appris : les précieux membres du groupe nous envoient des messages chaque jour, chaque semaine. On regarde on étudie leur comportement à travers leur réaction. Rien de plus beau et magique que d'avoir l'opinion d'un abonné (que ce soit négatif ou positif), car ça fait « vivre » nos publications et ça nous donne la possibilité d'échanger avec eux en temps réels, devant le regard averti des autres membres. Nous reviendrons plus tard sur cet aspect qu'est la « vie » d'une publication.

À travers les réactions on peut comprendre que : nos membres aiment, veulent et recherchent des produits du terroir. On peut aussi comprendre qu'ils aiment nos artistes, nos traditions et notre patrimoine. Ce que nos membres adorent aussi c'est de rire, de cliquer « j'aime » sur une publication qui leur rappelle des souvenirs, ou qui leur esquisse un sourire. **La belle Province.**



J'achète Québécois, J'achète Local!

**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

En résumé voici l'engagement du membre JQJL : je suis prêt(e) à suivre vos publications, et à voir passer vos pubs sur mon fil, si et seulement SI : vous m'offrez des produits, des créations ou des services du Québec SEULEMENT (différentes teintes de bleu). LE lien d'appartenance est très fort dans la communauté **JQJL**.

**Faites-moi rire, faites-moi pleurer, je veux être diverti à travers vos publications.**

### **Comment avoir plus de portée avec mes publications ?**

Sur les réseaux sociaux, les gens qui vous suivent vous donnent en moyenne **2 secondes pour créer une réaction**. Donc, ce qui frappe d'abord c'est l'image.

- L'image doit être claire, voyante et doit porter à la réaction avec une balance des couleurs appropriée
- Posez des questions, poussez les gens à interagir et à donner leur opinion
- Incitez-les à « tagger » une personne qu'ils connaissent

**98.5 % des utilisateurs Facebook y accèdent via un mobile.** Ce que cela veut dire : évitez de mettre plus d'une photo par publication. Si vous mettez plus qu'une photo, cela aura comme effet de réduire le format visuel de votre contenu. Au besoin vous pourrez ajouter des photos ou des liens en commentaire.

Ce que cela veut aussi dire : évitez les textes qui dépassent 4 lignes et qui s'étirent. Faites comme si vous payez au mot, ça va vous aider à condenser votre texte. Évidemment, pour des **publications d'image**, votre histoire, vos défis et vos fiertés seront votre propulseur. Alors rendu-là, oui mettre du texte deviendra important. Mais, il faut avant tout bâtir votre base d'abonnés. Nous y reviendrons sous peu.

### **Ce qui propulse vos publications :**

- Les réactions (j'aime, je n'aime pas, je ris, je pleure etc.)
- Les commentaires
- Les partages

Facebook joue avec son algorithme de façon continue. Donc l'impact des facteurs de propulsion peuvent varier d'une période à l'autre. « **La seule chose qui ne change pas, c'est le changement** ».



**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

## **Les différents types de publication et leur utilité.**

### **Le placement de produit.**

On pourrait aussi dire de cette publication qu'elle est une publication « classique ».

Souvent moins engageante que les deux autres, elle nous permet d'offrir nos produits et notre service. Il y a tout de même des choses importantes à savoir pour maximiser sa portée et son engagement :

1. **Le texte se doit d'être court** avec un « call to action » (voici ma toute nouvelle création, elle vous est offerte à « x » montant, mais **ACHETEZ MAINTENANT** puis profitez de mon offre de lancement et recevez un rabais de « x » dollars. L'offre sera disponible jusqu'à vendredi soir minuit... L'offre est valide pour les 10 premières commandes... Offre valide jusqu'à épuisement des stocks...
2. La photo doit vraiment faire le focus sur le produit, n'oubliez pas que **la photo fait 90% du travail...**;
3. Les achats en ligne sont souvent des achats compulsifs, si vous avez un site, ou une page, mettez le lien du produit ou de l'offre en commentaire. Pourquoi en commentaire ? Parce que Meta va ralentir toutes publicités qui incluent un lien sur un site extérieur ou sur un autre média social...il veulent garder les abonnés captifs de Facebook.



**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

## **La publication pour attirer plus d'abonnés pour votre page.**

**Les gens qui sont abonnés à votre page Facebook sont vos plus précieux alliés. Pourquoi ?**

**Ils seront toujours les premiers à réagir sur vos publications, et à vous référer (nommez une personne qui aimerait ce produit...avec qui vous partageriez ce repas...qui aurait besoin de ce produit). Et on le sait, les réactions et la participation propulsent vos publications et vos idées !**

**Voici ce qui est crucial dans ces types de publications :**

- 1. Le but est de faire réagir, participer. Peu importe l'interaction qu'aura la personne, vous pourrez l'inviter à aimer votre page ;**
- 2. Les « memes », images drôles, citations sont appréciées et génèrent beaucoup de réaction ;**
- 3. Les réactions rébarbatives, le chialage et les commentaires négatifs sont aussi très payants. Ils vous donnent la possibilité de faire des échanges devant les gens qui vous suivent, et de démontrer votre professionnalisme et votre sang-froid. Malgré que cela puisse être difficile au niveau émotif, vous êtes au-dessus de la mêlée et agissez en tant qu'ambassadeur(rice). D'ailleurs un commentaire déplacé aura tôt fait de stimuler vos abonnés, et ceux-ci ne feront ni un ni deux afin de prendre votre défense. Les discussions animées propulseront votre publication vers les plus hauts sommets ;**
- 4. N'hésitez pas à échanger avec votre public et de les faire jouer, participer : dans quelle pièce placeriez-vous ce tableau ? À qui offririez-vous ce bijou ? Placez deux images : laquelle préférez-vous ? Devinez le prix et gagnez un rabais instantané ! Soyez imaginatif(ves) et créatif(ves) ! Les seules limites sont celles que vous entretenez et que vous vous imposez !**



**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

## **Les publications « d'image ».**

Quand on parle ici d'image, on parle de votre image d'ambassadeur(rice) ou d'image corporative.

Souvent oubliées ou ignorées, ces publications constituent votre atout le plus précieux. Pourquoi ? Parce que les clients ne consomment pas que votre produit mais consomment aussi un peu de vous, de votre talent et de votre âme. Comme lorsqu'une personne parle d'un tableau dont elle a fait l'acquisition, elle va parler du moment...de l'artiste...du souvenir de cet achat.

Contrairement à ce qu'on peut croire, les gens qui achètent en ligne achèteront de vous parce qu'ils vous suivent, vous connaissent et parce qu'elles vous font confiance. On est loin du détachement volontaire qu'impose Amazon sur les entreprises avec lesquelles elles font affaire. Les gens vont dire « j'ai commandé ça sur Amazon » mais souvent ignorent tout de l'entreprise de laquelle ils ont acheté le produit.

Voici ce qui constitue une publication d'image réussie :

1. On pourrait parler ici de mettre l'humain(e) devant l'entreprise ;
2. Elle parle de vous, de vos valeurs, de votre implication ;
3. Elle est un moyen de faire en sorte que vos abonnés se sentent près de vous, qu'ils vous connaissent ;
4. Une photo de vous, en train de travailler ou de relaxer. Plusieurs ont une histoire qui les a menés à bâtir leur entreprise, la partager est une bonne chose.
5. Une photo de votre animal, et de mentionner comment l'impact d'avoir un ami proche est important pour votre santé...etc
6. Déjà 1000 abonnés merci à vous tous ! C'est ma fête...



J'achète Québécois, J'achète Local!

**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**

### **Quelques points en terminant !**

1. **Créez, soyez enthousiastes ! Seule votre imagination vous limitera !  
Donnez raison à vos abonnés de vous suivre !**
2. **Rappelez-vous qu'il est préférable de créer 2 ou 3 belles publications, du contenu engageant que de faire une publication chaque jour qui ne fonctionne pas !**
3. **Assurez-vous d'avoir un site WEB performant et ayant une forte conversion. Nous pouvons faire une analyse de votre site.**
4. **Il est primordial de suivre de près vos publications pour pouvoir échanger avec vos abonnés !**
5. **Vous devez en tout temps savoir de quel média, de quelle campagne viennent vos clients. Avoir des systèmes de « traçage » vous sera fort utile. Nous pouvons vous outiller pour être en mesure de suivre vos clients.**
6. **Nous pouvons vérifier avec vous si vous êtes éligibles à la subvention PCAN. Nous vous offrons une solution « clé en main », pour vous aider à obtenir cette subvention et vous fournir le service de marketing dont vous aurez besoin. (Site Web, analyse de performance, campagne de marketing, formation – comment le faire par vous-même).  
<https://quebecenligne.ca/> pour plus d'information.**
7. **Évidemment il y a aussi les vidéos, les « reels » et les directs qui peuvent apporter une dimension différente, et qui peuvent séduire un auditoire différent. C'est bien d'en mettre comme reels sur notre page, mais elles ont souvent peu d'impact. Ça dépend encore là du vidéo !**

**Si vous avez besoin de nos services de formation, de création de site WEB ou d'optimisation SEO ou encore pour faire une campagne sur les réseaux sociaux, nous pouvons vous aider !**

**Rejoignez-nous VIA Messenger <https://www.facebook.com/JQJL.CA>  
ou à [support@quebecenligne.ca](mailto:support@quebecenligne.ca)**





**JQJL**

J'achète Québécois, J'achète Local!

**LE MARCHÉ  
QUÉBÉCOIS!**