

Aide-mémoire pour réseaux sociaux



LE POURQUOI DE CET AIDE-MÉMOIRE

Nos objectifs :

Vous montrer comment créer un profil puissant sur les réseaux sociaux.

Vous présenter, et présenter ClearCorrect, en tant qu'experts de confiance dans le domaine.

Vous montrer comment établir des liens avec les bonnes personnes et les bons patients.

Vous montrer comment développer votre marque personnelle en partageant nos contenus, en publiant les vôtres et en vous rapprochant de votre public.

Instagram

Vous utilisez un compte Instagram pour promouvoir vos services

Choisissez un nom qui reflète votre profil professionnel. Assurez-vous qu'il est facile à trouver.

Ajoutez « Partenaire ClearCorrect » à côté de votre nom de profil (à savoir : **Dr John Appleseed | Partenaire ClearCorrect**).

Vos coordonnées doivent inclure un numéro de téléphone, une adresse e-mail et une adresse physique

Utilisez une photo de profil similaire à celle de votre LinkedIn : professionnelle, propre et présentable.

Suivez d'autres entreprises et médecins de votre secteur. C'est une excellente façon de réseauter et de se constituer des suivis !

Utilisez Linktree dans votre bio Instagram pour optimiser votre marketing et vos contenus. Vous pouvez ajouter autant de liens que vous le souhaitez et c'est un moyen fantastique de fournir plus d'informations et d'apporter une touche personnelle à votre profil.

Dialoguez régulièrement avec vos followers. Idéalement, faites-le tous les jours !

Respectez un rapport de 80/20 pour les mises à jour. 80 % « pour vos fans » et seulement 20 % de promotion/vente.

Déterminez les trois piliers sur lesquels vous souhaitez baser votre contenu. Soyez cohérent et gardez le cap.

TAILLE DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES ET INFORMATIONS RECOMMANDÉES



Facebook

CONFIGURATION DE BASE :

Utilisez cette option si vous êtes un prestataire

Vos coordonnées doivent inclure un numéro de téléphone, une adresse électronique et une adresse physique.

Lien vers le site de votre cabinet et/ ou votre formulaire « Demander un rendez-vous » depuis votre bio.

Votre description doit fournir des informations faciles à comprendre sur votre activité/cabinet et doit inclure un « appel à l'action » ou quelque chose que vous souhaitez que vos followers fassent ensuite.

BONUS : dans votre description, mentionnez ClearCorrect ou que vous en êtes un prestataire.

Assurez-vous que les catégories pertinentes sont sélectionnées (à savoir : dentiste).

Utilisez un nom d'utilisateur personnalisé pour votre page en créant votre URL Facebook unique ([plus d'informations ici](#)).

La photo de votre profil doit être représentative de votre marque ou de votre entreprise (taille : 170 x 170 px).

Votre photo de profil doit être professionnelle, claire et facile à voir lorsqu'elle est petite.

La page de couverture doit utiliser des images de haute qualité (taille : 820 px de large par 312 px de haut) et doit être exploitée dans son entièreté.

Ex : Présentez votre cabinet !

Essayez de partager une photo de vous en train de donner une consultation ou une photo de votre fauteuil dentaire. Veillez à ce qu'il soit propre, bien rangé et lumineux.

Invitez tous vos amis Facebook à devenir vos amis (faites-le !).

Ne publiez pas d'informations ou d'opinions personnelles sur votre page professionnelle. Restez professionnel.

Ne publiez rien sans être certain de la véracité des faits.

Partagez des photos et des articles à l'aide du bouton de partage, et veillez à mentionner les éditeurs originaux (à savoir : tag @ClearCorrect).

Respectez un rapport de 80/20 pour les mises à jour. 80 % « pour vos fans » et seulement 20 % de promotion/vente.

Dialoguez régulièrement avec vos followers. Idéalement, faites-le tous les jours !

Facebook

Si vous avez une entreprise, ajoutez ces éléments :

Les entreprises doivent être configurées en tant que page et NON en tant que personne.

Invitez tous vos amis Facebook à devenir vos amis (faites-le !).

Indiquez les heures d'ouverture, le cas échéant.

Dialoguez régulièrement avec vos followers. Idéalement, faites-le tous les jours !

Ne publiez pas d'informations ou d'opinions personnelles sur votre page professionnelle. Restez professionnel.

Donnez aux fans une raison d'aimer votre page.

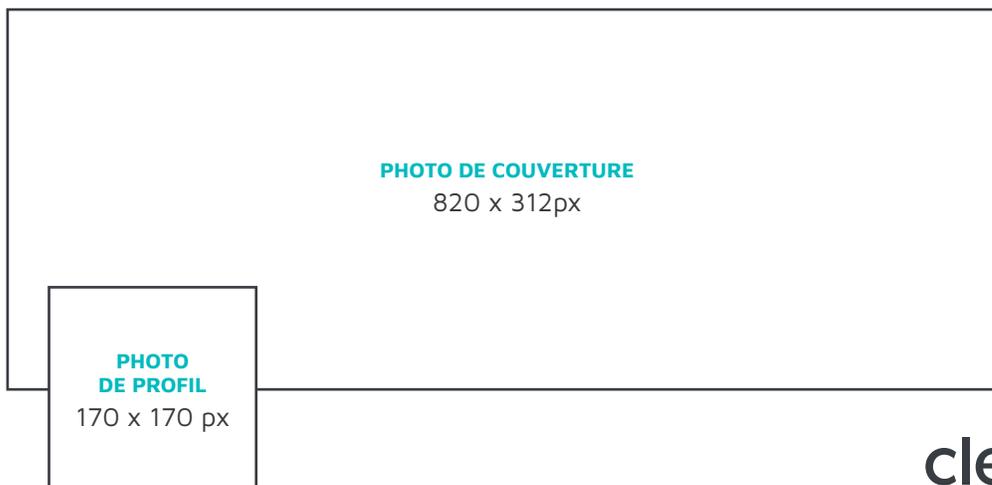
La photo de votre profil doit être représentative de votre marque ou de votre entreprise (taille : 170 x 170 px).

Utilisez votre logo professionnel comme photo de profil.

La page de couverture doit utiliser des images de qualité (taille : 820 pixels de large par 312 pixels de haut) et doit être exploitée dans son entièreté :

- a. Mettez en valeur votre activité.
- b. Mettez en valeur votre cabinet.

TAILLE DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES (Pages personnelles/professionnelles et commerciales)



LinkedIn

Vous devez disposer d'un compte personnel et d'un profil d'entreprise (si vous êtes un entrepreneur, [voir l'exemple de page d'entreprise ici](#)).

Votre compte personnel doit être tenu à jour avec des informations récentes, y compris votre fonction actuelle et votre historique d'emploi ([voir l'exemple ici](#)).

Rejoignez les groupes professionnels LinkedIn pertinents et participez activement aux discussions (une fois par semaine est un bon début).

Votre compte personnel doit comporter une photo de profil avec une image claire de la tête et des épaules, représentative personnalité. Habillez-vous en fonction de votre profession, souriez et utilisez une photo récente.

Votre profil d'entreprise doit inclure vos coordonnées et un lien vers votre site web (si vous êtes un entrepreneur).

Prenez contact avec les personnes qui « consultent votre profil » et voyez si vous pouvez les aider. Envoyez-leur un message !

Utilisez l'image de couverture de votre profil professionnel pour afficher votre marque et un « appel à l'action » clair, c'est-à-dire quelque chose que vous souhaitez que vos followers fassent ensuite.

Vérifiez l'orthographe et assurez-vous que votre profil est exempt de fautes de frappe (ESSENTIEL).

Incitez les gens à entrer en contact avec vous dans la description de votre profil et indiquez-leur une adresse e-mail pour le faire si vous proposez des services.

TAILLE DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES

