

Créer sans complexe une page Facebook pour sa clinique vétérinaire

Facebook, Instagram, Youtube, Linkedin, twitter... des réseaux sociaux, il en existe de nombreux, ils permettent tous de communiquer avec vos clients ou prospects mais chacun a une orientation spécifique.

Nous allons nous intéresser aujourd'hui à une valeur sûre qui est utilisée par environ 1/3 des structures vétérinaires en France : Facebook et ses 38 millions d'utilisateurs

63 % des praticiens possédant une page Facebook pour leur clinique estiment que la création de celle-ci a eu un impact sur leur activité.

Avoir une page Facebook, c'est bien, mais une fois celle-ci créée, comment faire pour qu'elle soit un véritable avantage pour votre structure ?

Les objectifs d'une page Facebook pour votre structure sont :

- Construire une communauté et la fidéliser
- Animer cette communauté en relayant du contenu éducatif ou distrayant ou relatif à l'actualité de votre structure vétérinaire
- Mettre en avant des informations générales de votre structure

Comment atteindre ces objectifs ?

1. Organiser la gestion de votre page

Gérer une page Facebook convenablement demande du temps et de la créativité.

Idéalement, vous devez déterminer une personne responsable de la gestion de votre page pour assurer un discours et une tonalité

harmonieux. Autrement, si de nombreuses personnes ont accès à la gestion de votre page, attribuez des rôles spécifiques (éditeur, modérateur, administrateur...) et rédigez une notice d'utilisation de la page de votre structure ou groupement (tonalité, réponses types etc...).

2. Prévoir un calendrier et une ligne éditoriale pour ne pas être dépassé

Elaborer ce type de document pour votre page Facebook, c'est créer un outil destiné à planifier de nombreux contenus sociaux à l'avance. Ainsi, vous ne passerez pas à côté d'événements saisonniers (journée du chien, Halloween, journée de l'adoption...) et des fêtes plus classiques. Il ne vous restera plus qu'à compléter avec de l'actualité « chaude ».

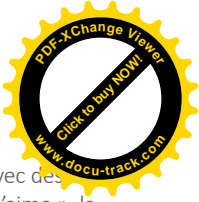
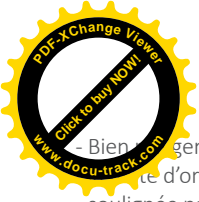
Pour structurer votre ligne éditoriale, il est préférable de créer des catégories de contenus en amont pour donner une organisation logique à votre page et à vos futurs posts (exemple : [Astuce comportement animal] [présentation de cas clinique] [vie de la clinique] [contenu fun type vidéo]...).

3. Des posts réguliers et bien présentés, publiés au bon moment !

Pour animer au mieux une page Facebook, il faudrait idéalement créer au moins 3 posts par jour. C'est un chiffre qui n'est pas évident à tenir sur le long terme. Il faut alors plutôt privilégier la qualité du post tout en étant régulier (1 post tous les deux jours c'est déjà bien).

Pour rédiger un bon post, vous devrez principalement :

- Attirer l'attention de votre lecteur avec idéalement une question « **Votre chat est-il fou ?** » pour inciter à l'action ou encore avec des sondages, des quiz, des données intéressantes...



- SERVICES -

- Bien gérer votre texte. C'est la base, car la faute d'orthographe serait directement soulignée par vos lecteurs qui s'éloigneraient alors du sujet

- Insérer au minimum une image pour illustrer votre post, idéalement une vidéo (les posts les plus regardés/partagés contiennent une vidéo) si elle est de qualité, accrocheuse et courte. On peut perdre un utilisateur sur les 3 premières secondes ou si la vidéo est trop longue (la concurrence est énorme !)

- Partagez votre post au bon moment pour éviter qu'il disparaisse dans le fil d'actualité (9h00, 13h00 sont des bons horaires)

4. Votre page FB, un espace dédié à vos clients

N'oubliez pas que votre page Facebook va également être un endroit où vous allez communiquer avec vos clients contents et mécontents. Il est important de répondre à tout le monde que ce soit pour calmer un client, répondre à un prospect, ou remercier un client satisfait !

5. Suivez vos indicateurs

Facebook regorge de statistiques avec des indicateurs comme les mentions « j'aime », la portée des publications, les vues de la page... il est intéressant de les suivre pour constater la progression et l'efficacité du travail effectué sur votre page.

ARTICLE RÉDIGÉ PAR

Damien Fraioli,
responsable Pôle Digital Alcyon

Communication des praticiens avec leurs éleveurs bovins Santé BEV élargit sa diffusion

Depuis un an, Santé BEV (B.E.V., pour... « Bovins Éleveurs Vétérinaires ») est diffusé dans les quelque 1 800 cabinets et cliniques rurales afin d'être remis à plus de 20 000 éleveurs bovins, laitiers ou allaitants, au plan national.

Un concept original pour renforcer le dialogue

Santé BEV est un trimestriel saisonnier de quarante pages dont le contenu dépasse la seule santé animale, pour traiter de bien-être, de nutrition, de bâtiments, de santé publique... résolument orienté dans une démarche de « Biodiversanté ».

Le magazine a été conçu comme un outil d'informations et d'échanges pour aider les praticiens à renforcer leurs opportunités de dialogue avec leurs clients éleveurs, de sorte à mettre en valeur la qualité de leurs conseils et de leurs services. Un dossier central détachable approfondit un thème : abreuvement, avortements, bâtiment, parasitisme... Mais bien d'autres sujets sont abordés.

Pour recevoir 50 ou 100 exemplaires

Avec le dernier numéro présenté lors des journées GTV de Poitiers, une formule d'abonnement est proposée à la demande des structures qui souhaitaient recevoir plus d'exemplaires : leur but est de servir plus largement leur clientèle (50 ou 100 exemplaires, au lieu des 10 qui continueront à être expédiés).

Une offre spéciale est valable jusqu'au 30 décembre incluant le livre « Ma Clinique Communique » et un lot supplémentaire de revues (cinq envois au lieu de quatre).

« Boostez votre com' éleveurs » : soyez pro-actifs !

Santé BEV se veut être le reflet et le « booster » de la relation éleveur-vétérinaire. Son mode de diffusion mérite donc d'être pro-actif : remise lors des tournées en élevage, envoi par courrier auprès de certains clients, au comptoir toujours avec un mot d'explication de l'auxiliaire, à l'occasion d'un événement pathologique particulier ou des visites sanitaires... plutôt que de les laisser simplement en pile sur le comptoir ou en libre-service sur la table de la salle d'attente « animaux de compagnie ».



En 2021, plusieurs nouveautés

Sont prévues l'an prochain une version digitale pour les abonnés, des diffusions ciblées, des surdiffusions événementielles (si la situation sanitaire s'améliore...) lors des foires agricoles (Agrimax, Terres en Fêtes, Space, Vache de salon, Foire de Chalons, Salon de l'herbe, Sommet de l'élevage, SIA...) et des réunions d'élevage organisées par les vétérinaires (à l'instar du Vet Breizh Tour en Bretagne, des REV en Pays-de-Loire...)

Une rubrique donnera la parole pour porter les messages-clés relatifs aux rôles déterminants des vétérinaires auprès du monde agricole : SNGTV et ses commissions, FRGTV, Ordre, Syndicats vétérinaires, Interbev, Cniel, Idèle, Msa...

Enfin, pour valider que Santé BEV porte ses fruits, une enquête sera menée auprès des lecteurs et un panel de vétérinaires et d'éleveurs.

TÉMOIGNAGES



« J'ai pris l'habitude de distribuer mes exemplaires lors de mes visites et surtout lors de mes suivis reproductions, aux éleveurs que j'ai ciblés. Maintenant, c'est eux qui me le réclament ! J'essaie de le lire avant car régulièrement les éleveurs me demandent ensuite ce que je pense de tel ou tel point. Ça me permet de développer du conseil et des services. »

Marie BASTAERT, vétérinaire à Beaurainville (62)



« Ce que j'explique aux éleveurs, je le retrouve dans le magazine : je m'appuie sur les articles pour prouver le bien fondé de mes conseils à mes éleveurs. Je place un post-it sur l'article concerné pour le mettre en évidence à mon client qui pourra le relire tranquillement chez lui et se l'approprier. En fait, je m'en sers de support argumentaire que je laisse aux éleveurs. »

Frédéric BARBIEUX, vétérinaire à Plonévez-Porzay (29)

Vous souhaitez nous contacter ?

Vét'El - Maison des Vétérinaires - Espace Neptune, 31 rue de la Calypso, 62110 Hénin-Beaumont
Dr vét. Vincent Bertrand, directeur de la rédaction - Dr vét. Lauret Jessenne, conception, marketing et publicité
Eugénie Hobeika, gestion et abonnements - santebev@vetel.fr / 03 21 13 83 70