

# Facebook

**Créer une page Pro**  
**(Promouvoir son site par les réseaux sociaux)**

**belot.info**

## Avertissement

Ce document accompagne le cours qui a été conçu spécialement pour les stagiaires des cours de Denis Belot.

Le cours a été réalisé en réponse aux diverses questions posées par les stagiaires.

Le support de cours est conçu dans le but de permettre de suivre la formation sans devoir prendre des notes.

Le support de cours permet également de refaire les exercices réalisés durant la formation.

Ce document ne constitue pas une référence utilisable sans le cours.

Le cours est régulièrement adapté pour tenir compte des demandes et des évolutions techniques, c'est pourquoi le contenu peut être différent à chaque session de formation.

Ce cours a été adapté pour être réalisé dans une durée réduite tout en présentant un nombre important de fonctions. Les exemples fournis sont des exemples à buts pédagogiques et ne constituent pas des modèles pour des cas réels en entreprises.

Si des anomalies ou des incohérences demeurent dans ce document, elles peuvent être le résultat d'une faute de frappe, d'une évolution des techniques ou d'une imprécision involontaire. Dans tous les cas nous vous remercions de bien vouloir nous signaler les éventuelles erreurs.

Windows, Internet Explorer, Outlook Express, Word, Excel, Publisher, FrontPage, Office sont des marques déposées de Microsoft Corporation. Toutes les autres marques citées ont été déposées par leur éditeur respectif.

La loi du 11 mars 1957 n'autorise aux alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que « les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective », et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration.

« Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause, est illicite » (Alinéa 1er article 40).

Toute reproduction ou représentation par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par l'article 425 et suivant du Code Pénal.

Usage d'Internet :

Nous avertissons nos stagiaires que, durant les cours les accès au réseau Internet sont enregistrés dans un historique conformément à la législation.

Les réponses ne vous sont données qu'à titre indicatif. Sans un diagnostic précis sur un matériel il peut être difficile de cerner l'origine des problèmes. Aussi nous ne pouvons en aucun cas être tenus pour responsable de problèmes ou pannes survenant sur votre propre matériel.

Site utilisé : [www.belot.info](http://www.belot.info)

Mail : [denis@belot.info](mailto:denis@belot.info)

## Table des matières

A.	Introduction.....	4
B.	Evolution de l'usage des technologies numériques .....	8
C.	Les réseaux sociaux .....	9
D.	Stratégie de communication .....	11
E.	Facebook schéma général .....	12
F.	Caractéristiques de Facebook .....	13
G.	Créer et utiliser une page personnelle .....	14
H.	Publier.....	16
I.	Précisions utiles .....	17
J.	Créer une page professionnelle .....	26
K.	Stratégie .....	29
L.	Rechercher des Groupes, évènement lieux existants .....	30
M.	Créer un groupe.....	31
N.	Créer un évènement.....	32
O.	Gérer les paramètres et la confidentialité .....	33
P.	Gérer la publicité .....	37
Q.	Annexe.....	38

## A. Introduction

### 1 - L'individu et la communication interpersonnelle

#### a ) L'individu et sa position dans le groupe

Des milliards d'individus tous différents.

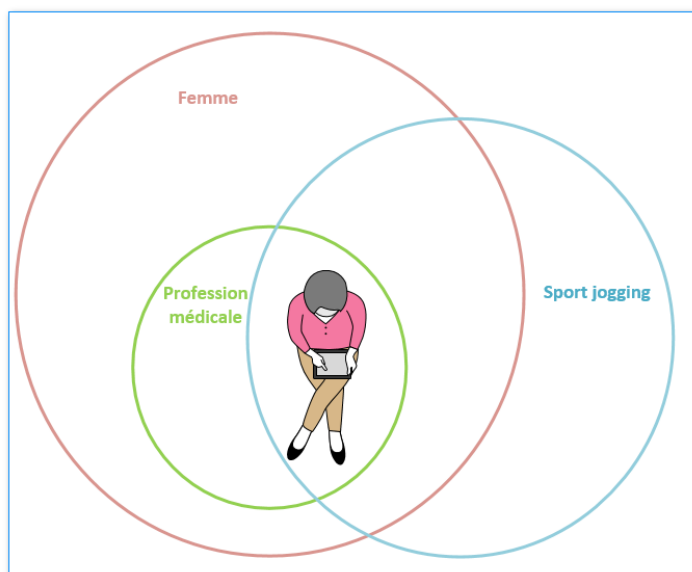


Mais aussi de nombreux groupes d'individus.

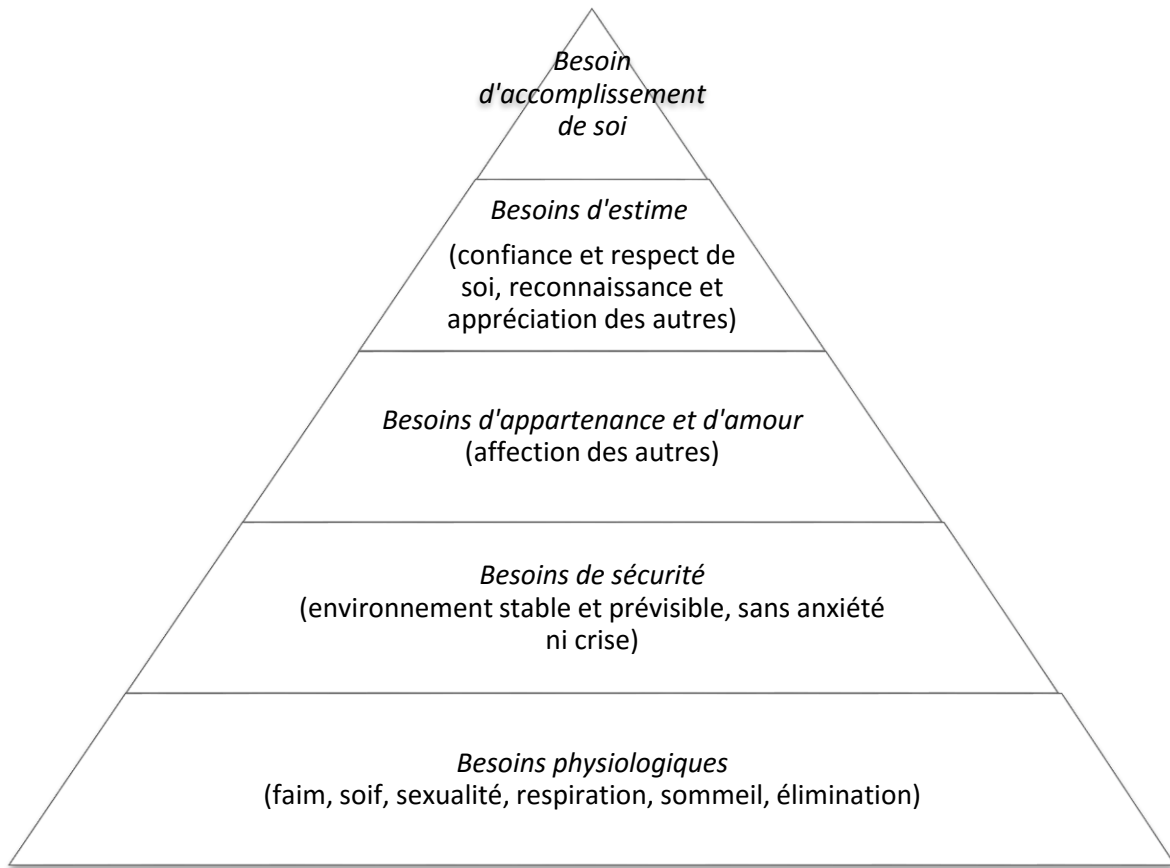
#### b ) L'individu dans un groupe et dans des groupes

Des millions de groupes d'individus

Le groupe des femmes,  
Le groupe des hommes,  
Le groupe des enfants,  
Le groupe du village de naissance,  
Le groupe du quartier de résidence,  
Le groupe du sport,  
Le groupe du loisir,  
Le groupe du travail,  
Le groupe du métier,  
Le groupe de l'entreprise,  
...etc.



**c ) Besoin des individus (Selon Maslow<sup>1</sup>)**

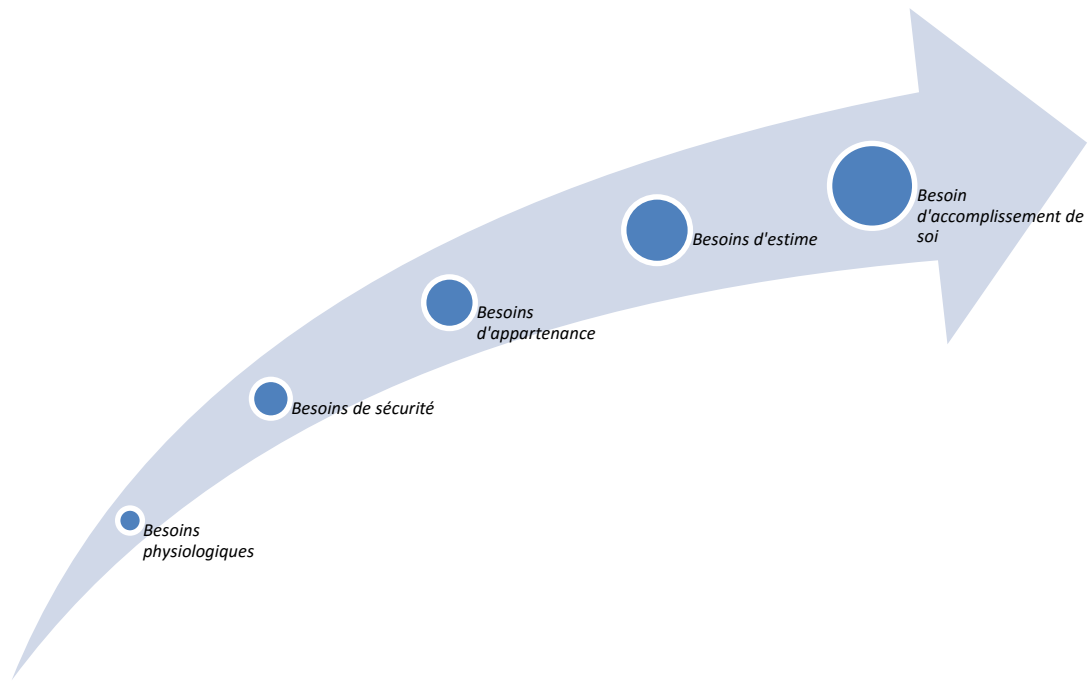


Dans les sociétés primaires, les individus souhaitent satisfaire des besoin de base (faim, soif, sexualité, respiration, sommeil, ...)

Au fil des millénaires les individus des sociétés avancées ont comblés les besoins les plus primaires, pour souhaiter satisfaire des besoins d'appartenance et de reconnaissance des autres.

---

<sup>1</sup> Abraham Harold Maslow (1er avril 1908 - 8 juin 1970) est un célèbre psychologue américain



1.     Besoin de communiquer et d'échanger

Ecouter, regarder, ...

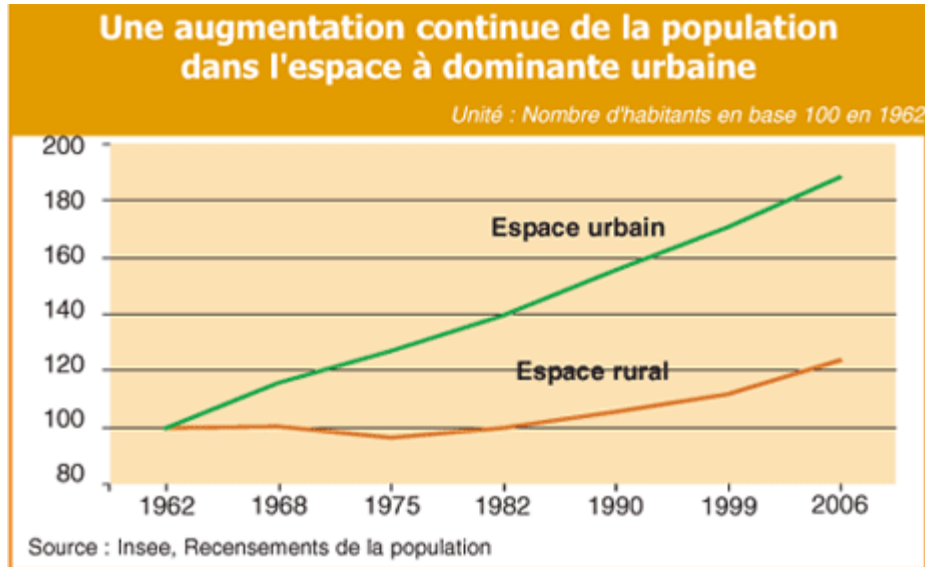
Mais aussi s'exprimer, donner un avis...

2.     Besoin d'exister

Exister c'est vivre, mais c'est aussi communiquer, échanger, donc exister pour les autres...

Exister dans le regard des autres

#### d) Mode de vie actuels et dispersion géographique



Autrefois les gens naissaient et mourraient dans le même village.

Aujourd'hui, les individus vivent en plusieurs endroits durant une même vie.

Les familles étaient proches, vivaient dans le même village, les enfants partent. Dans de nombreux cas les enfants d'une même famille vivent dans des lieux éloignés.

#### e) Outils de communication

Dans nos sociétés modernes, les familles vivent dispersées sur le plan géographique...

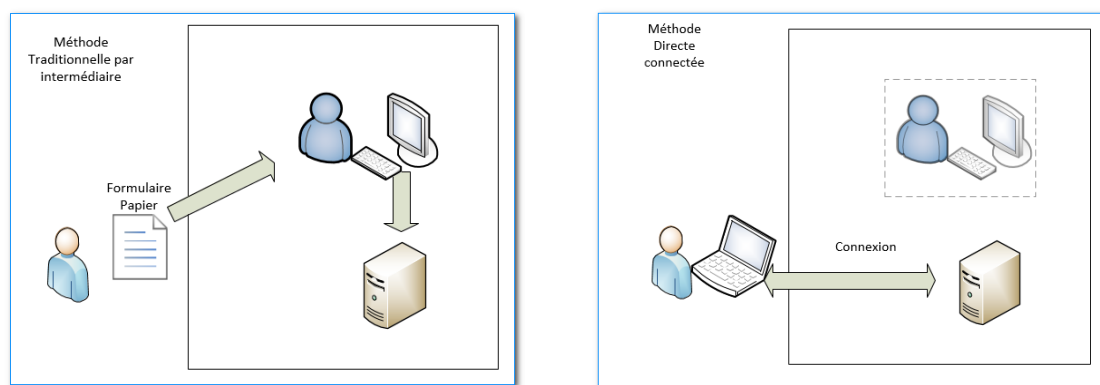
Le besoin d'attachement demeure, les outils de communication sont plus nombreux qu'avant.

## B. Evolution de l'usage des technologies numériques

### 1 - Généralisation des échanges numériques

Disparition progressive des formulaires papiers (achats, commandes, consultation des comptes et relevés de banques, prestations sociales, factures, déclarations d'impôts ...).

Il n'y a plus transfert d'un formulaire transmis à un intermédiaire humain chargé de saisir les informations.



### 2 - Désynchronisation du temps et du lieu de travail

Dans les domaines administratifs, ou de conseil, de nombreux cadres d'entreprises, travaillent avec des temps désynchronisés et dans des lieux différents du lieu de travail habituel (chez eux, à l'hôtel...)

### 3 - Apparition et généralisation des smartphones

L'individualisation des relations a été de plus en plus importante avec la généralisation des ordinateurs. Après les ordinateurs individuels, sont apparus les ordinateurs portables et maintenant les smartphones. Le smartphone est toujours dans la poche ou à proximité de son utilisateur. Les smartphones deviennent une sorte d'extension de l'individu.

Le smartphone sollicite son possesseur, et le possesseur peut réagir dans l'instant, pour solliciter d'autres personnes.

De ce fait, l'espace entre les personnes n'est plus un obstacle au dialogue.

Une sorte de communication intermittente et durable s'est ainsi développée, en s'affranchissant des frontières.

### 4 - Généralisation des échanges directs sans intermédiaire humain

Communication directe d'une personne à une autre personne avec comme unique intermédiaire un système informatique :

Airbnb, Uber, Blablacar, KissKissBankBank, le Bon Coin...etc.

### 5 - Régression des paiements en argent liquide

Les achats en ligne suppriment les transactions monétaires en argent liquide.

En Suède de nombreuses boutiques n'utilisent plus d'argent liquide<sup>1</sup>.

Certains pays nordiques envisagent déjà la suppression totale de l'argent liquide.

<sup>1</sup> [http://www.liberation.fr/futurs/2016/01/01/en-suede-les-especes-en-voie-de-disparition\\_1423903](http://www.liberation.fr/futurs/2016/01/01/en-suede-les-especes-en-voie-de-disparition_1423903)



## C. Les réseaux sociaux

### 1 - Contexte et évolution

Origine des réseaux sociaux

Besoin de communiquer, besoin d'être populaire

Envie d'élargir son cercle d'amis

Les amis de mes amis deviennent mes amis

Besoin de reconnaissance

Les idées reçues :

« *C'est du n'importe quoi,*

*Je n'ai pas besoin de raconter ma vie à tout le monde* »

En réalité tous ont besoin de raconter quelque chose.

Un tel sera passionné de football, un autre de cuisine, de bricolage, de moto, de politique, d'histoire, de couture, de nature, d'animaux, de chats, de chiens, de chevaux, de danse, de musique ...

Tous auront des centres d'intérêt qui les motivent.

La plupart auront même plusieurs centre d'intérêt, et souhaiteront partager les idées, leurs « recettes » avec d'autres passionnés des mêmes sujets.

### 2 - La communication par les réseaux

Autrefois, les colporteurs, la fontaine du village, le parvis de l'église, le bar...

Aujourd'hui, le téléphone, les ordinateurs, les réseaux sociaux...

### 3 - Originalité des réseaux sociaux

Contrairement aux moyens de communication traditionnels (la télévision, la radio, les journaux) les outils Internet permettent beaucoup d'échange et d'interactions.

Le site Web est plus Officiel, plus long à mettre en œuvre.

Le réseau social est plus intime plus spontané...

Publier sur un réseau social se fait n'importe quand, depuis n'importe où.

Aussi, n'importe qui peut publier facilement. Certains pourront dire que, parfois, l'on y publie n'importe quoi, mais cela ne changera rien, l'usage est accepté par une grande majorité des plus jeune qui constitue la clientèle de demain.

Ceux qui utilisent régulièrement les réseaux sociaux, constatent qu'il y en a pour tous les goûts. Donc chacun peut s'y retrouver.

Certains de vos clients actuels utilisent sans doute déjà les réseaux sociaux sans que vous en ayez conscience. Si vous l'ignorez, vous risquer d'ignorer un point important de la vie de vos clients.

### 4 - Facebook

Au départ Facebook était un simple trombinoscope pour étudiants. Aujourd'hui Facebook compte environ 1,4 Milliard d'utilisateurs actifs.

Système utilisé par un très large public, avec de nombreuses applications complémentaires, des jeux, de la publicité...

La base du système consiste à décrire un profil et alimenter un « mur » sur lequel l'utilisateur publie ses informations ou relaye celles des autres...

A quoi sert Facebook

- Rester en contact avec ses amis / proches
- Echanger de l'information

- Echanger des liens de vidéos / musiques
- Jouer ensemble
- Suivre l'actualité de ses stars préférées / marques favorites
- Lancer des annonces (meubles, appart etc.)

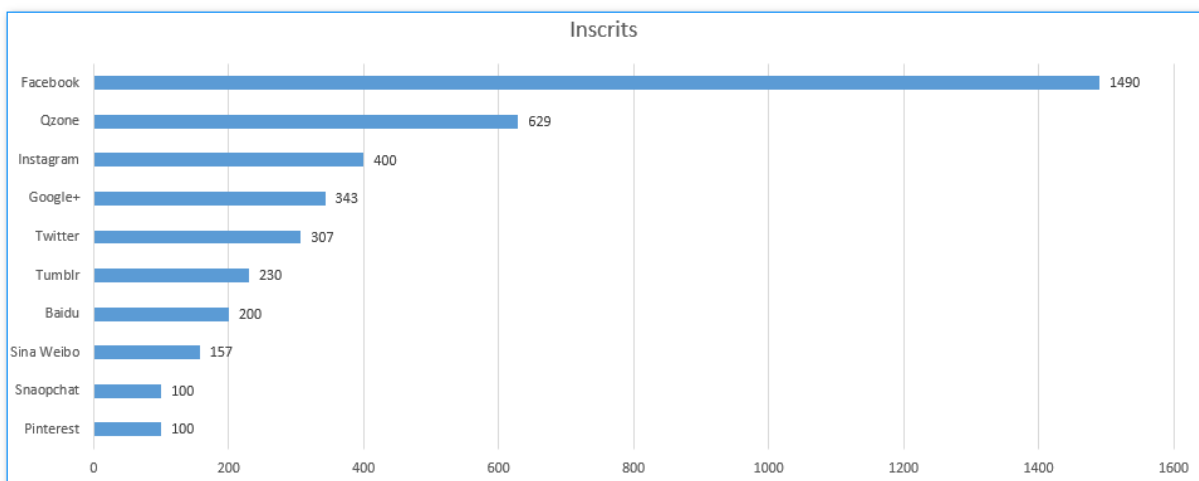
Gratuité

Cible : les jeunes et beaucoup de moins jeunes.

Exemple :



## 5 - Répartition selon les réseaux

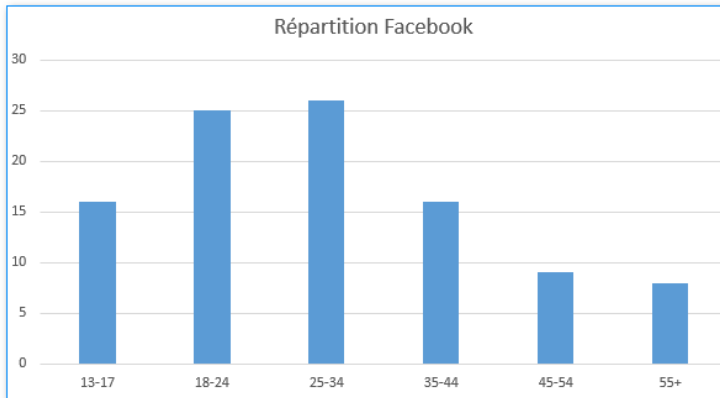


<http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

## D. Stratégie de communication

Selon la perspective stratégique de l'entreprise (5 ans, 10 ans ou plus), selon les tranches d'âge des clients potentiels (18-24 ans, 25-35 ans ou plus), il sera judicieux de choisir tel ou tel moyen de communication.

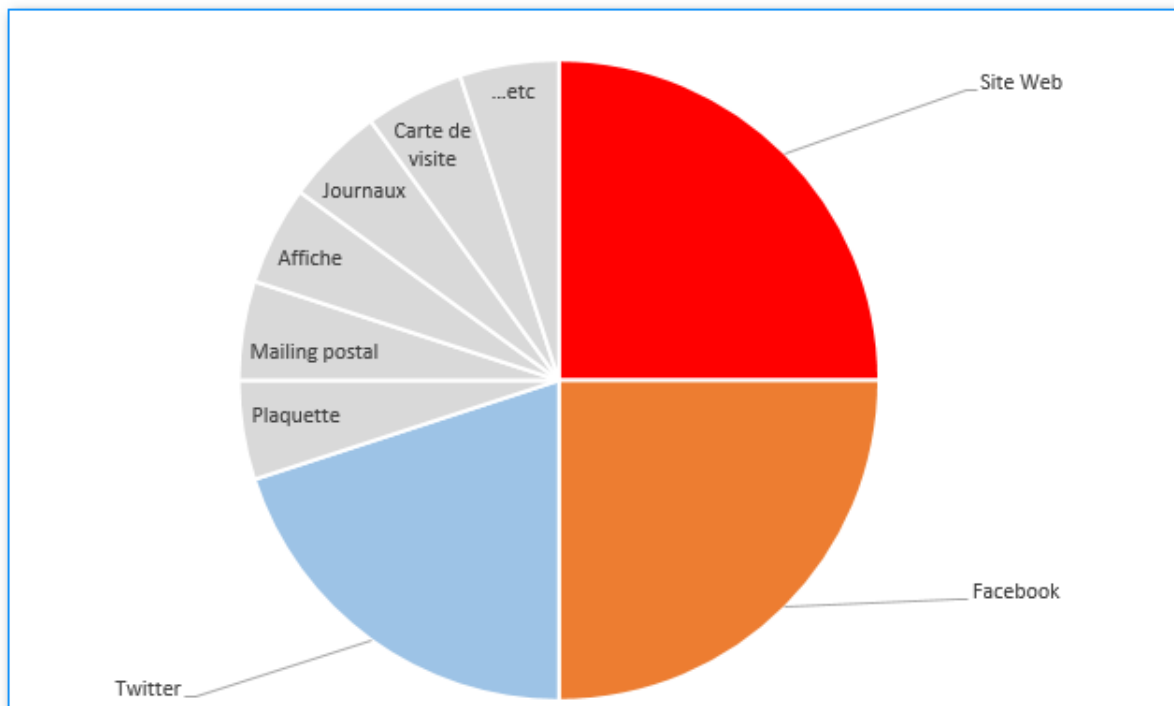
### 1 - Facebook répartition selon les âges



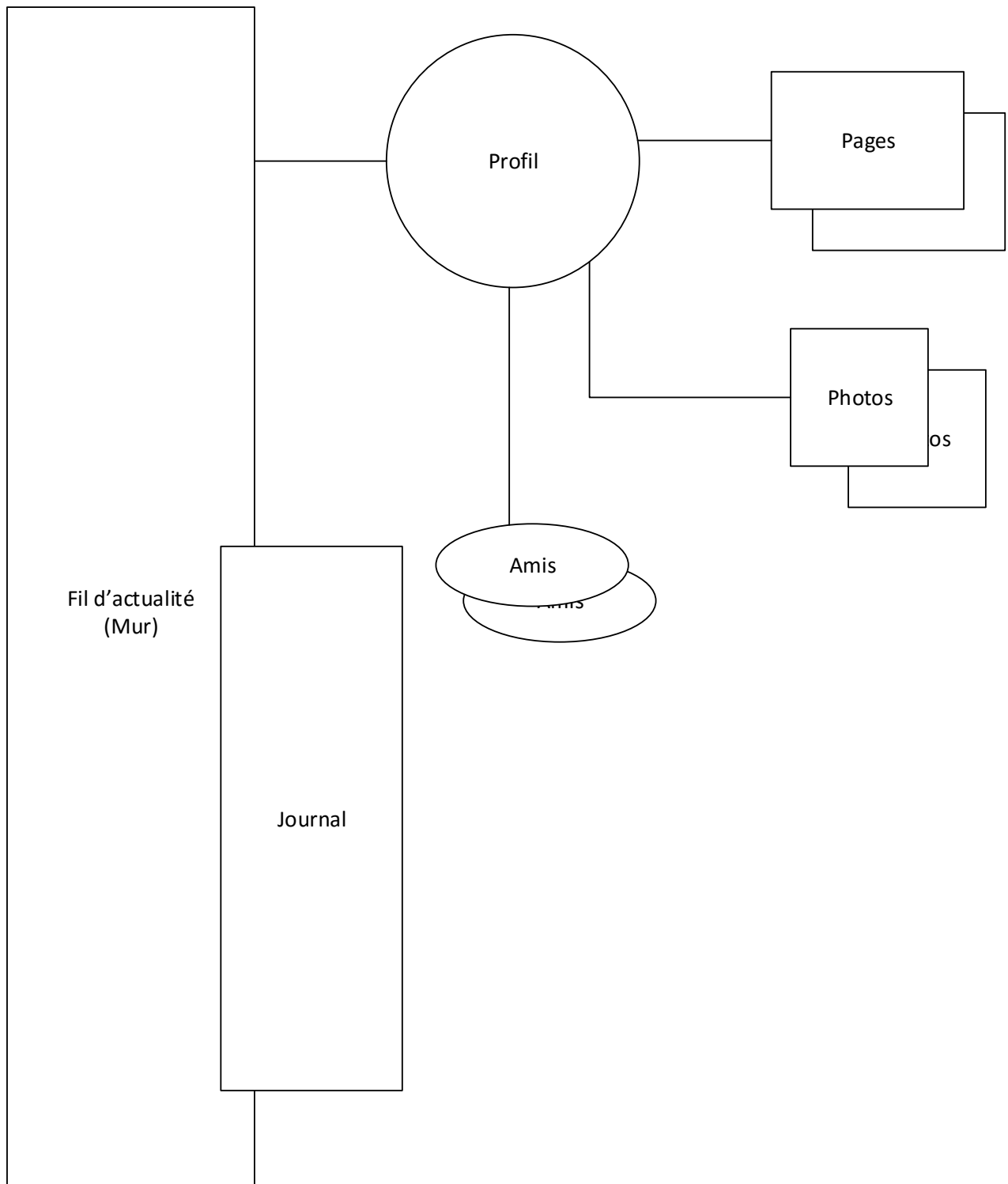
<http://www.ya-graphic.com/2012/11/demographie-facebook-france-2012/>

### 2 - La stratégie globale de communication

Le Web et Facebook viennent en complément des autres éléments de communication. A titre d'indication une répartition possible des moyens de communication.



## E. Facebook schéma général



## F. Caractéristiques de Facebook

### 1 - Ergonomie, stabilité, confidentialité...

Les paramètres sont nombreux, la formulation complexe à comprendre.

Il en résulte une certaine ambiguïté au niveau du langage et des concepts utilisés.

De plus les règles évoluent de façon régulière, ce qui donne parfois l'impression d'une certaine instabilité.

Le néophyte peut facilement s'y perdre et laisser fuir des informations relatives à sa vie privée. Tout cela n'est pas toujours vécu comme très gênant, puisque pour la plupart des utilisateurs de Facebook, le but est justement de faire connaître à un public plus ou moins large des détails de leur vie privée.

### 2 - Analyse comportementale

Les logiciels de Facebook analysent en permanence les caractéristiques des profils, les comportements et les centres d'intérêts des utilisateurs. Ces logiciels effectuent de nombreux recoupements entre les profils des personnes, les profils de leurs amis et en déduisent de nombreux éléments pour affiner la connaissance de chacun des utilisateurs.

### 3 - Vendre de la publicité

Facebook vit de la publicité. Sa stratégie consiste à récupérer un maximum de personnes connectées et utilisatrices pour vendre de la publicité payante à des annonceurs.

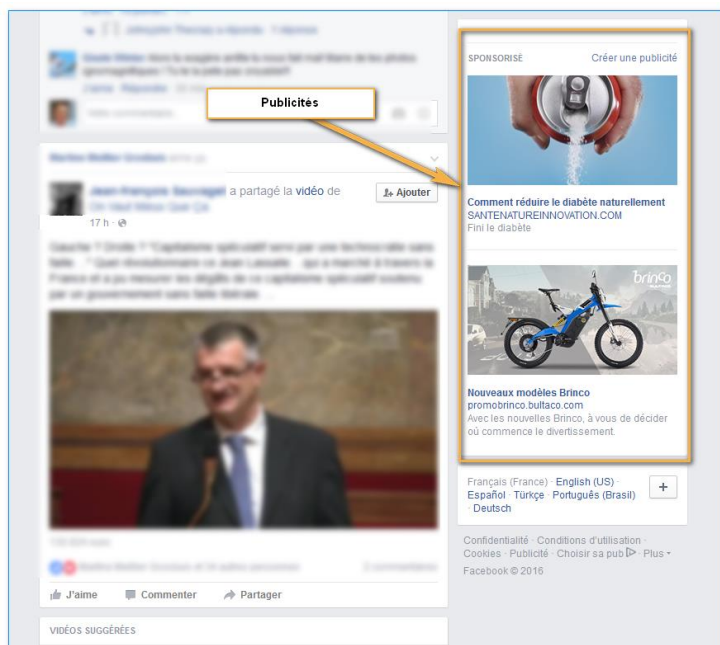
Aussi, chez Facebook, tout est organisé pour faciliter cette collecte d'utilisateurs.

### 4 - Achat de publicité

Il peut être intéressant d'acheter des espaces publicitaires chez Facebook.

En effet, grâce aux caractéristiques des mécanismes utilisés, la cible est définie en fonction d'un lieu précis (nombre de kilomètres autour d'une ou plusieurs villes par exemple), tranche d'âge, homme ou femme, centres d'intérêts...

Et seules les personnes ciblées seront sollicitées par la publicité. Le coût de mise en œuvre est principalement fonction du nombre de personnes ciblées.



## G. Créer et utiliser une page personnelle

Il est indispensable que la page (professionnelle) que l'on va créer soit rattachée à un profil personnel<sup>1</sup>.

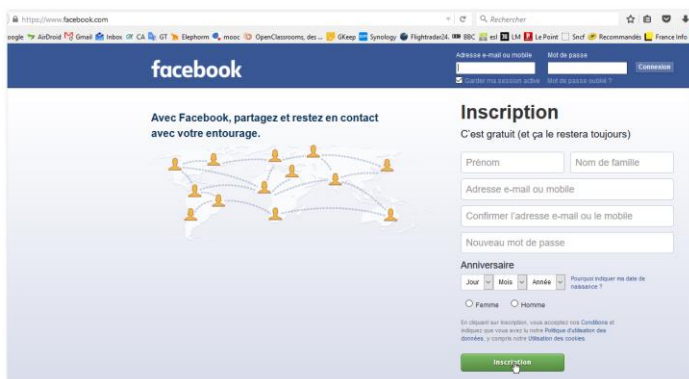
### 1 - Prérequis

Disposer d'une adresse mail connue (y compris mot de passe)

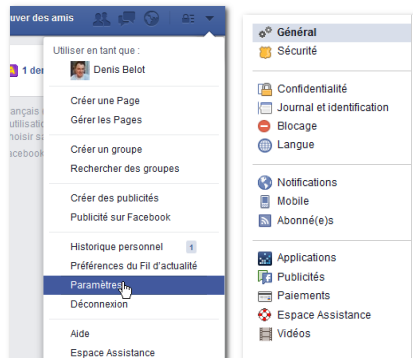
Et/ou disposer d'un téléphone portable disponible.

Remarque : en général, il est judicieux de disposer d'un compte de messagerie spécifique pour l'activité professionnelle (si possible au nom de domaine de l'entreprise), un autre pour l'activité personnelle et un troisième pour les informations commerciales.

### 2 - Création réelle

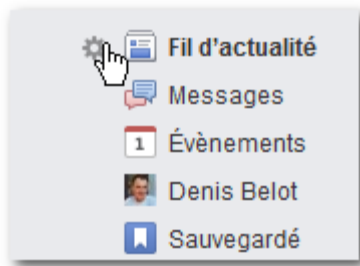


### 3 - Paramètres généraux

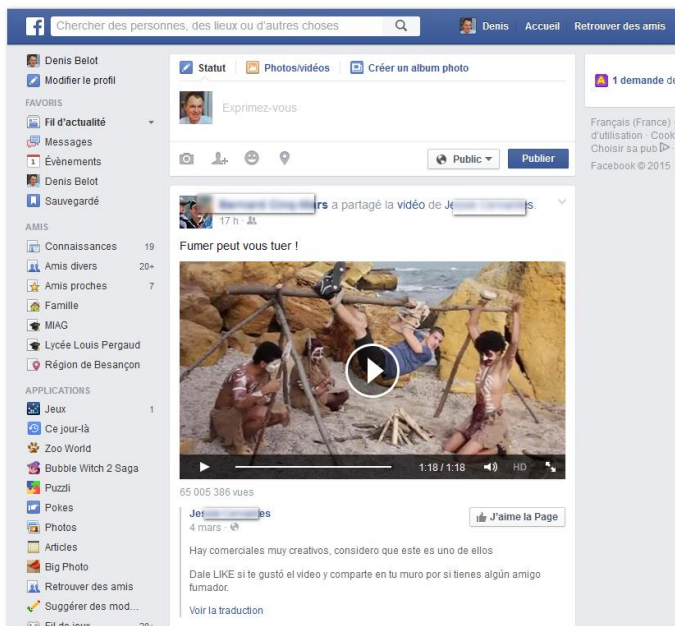


<sup>1</sup> Il n'est plus possible de créer une page non attachée à un profil (depuis 2014).

## 4 - Réglages de base



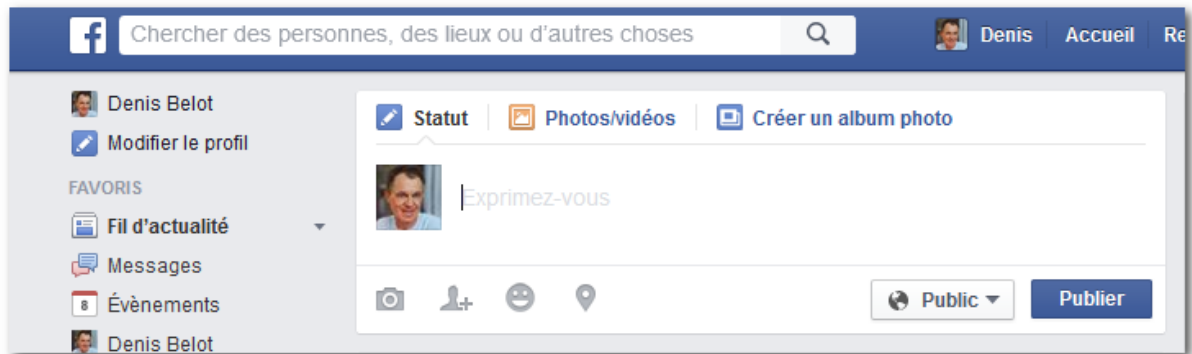
## 5 - Utiliser



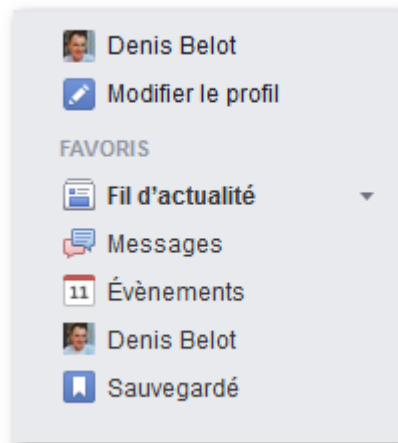
## 6 - Barre supérieure



## H. Publier



### 1 - Utiliser



Modifier le profil  
Fil d'actualité  
Messages  
Evènements  
Page (créer ou gérer une page pro)  
Sauvegardé



## I. Précisions utiles

### 1 - Profil

Le Profil représente une personne et doit être créé sous votre nom propre. C'est la première chose que vous créez en vous inscrivant sur Facebook.

(Remarque : En créant un Profil au nom de votre société vous prenez le risque de voir, un jour, votre Profil personnel supprimé. De plus, le nombre d'amis est limité à 5000).

### 2 - Page

La Page représente une entité, comme une entreprise, un organisme ou un artiste. Elle est là pour votre présence professionnelle et propose d'ailleurs des outils pour communiquer avec vos clients, qui ne sont pas disponibles pour un simple Profil : ajout d'onglets personnalisables, statistiques sur la fréquentation, possibilité de communication publicitaire, ajout d'offres commerciales. (Remarque : De plus, le nombre de Fans est illimité).

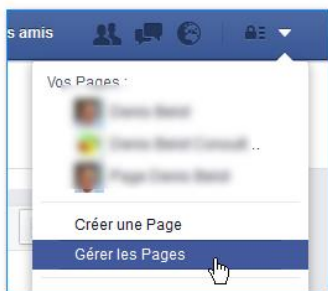
### 3 - Transformer profil en page

<https://www.facebook.com/pages/create/migrate/>

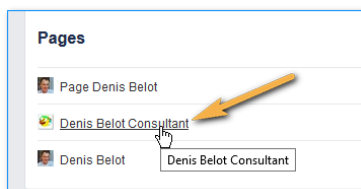
### 4 - Modifier les caractéristiques de la page

Gérer les pages

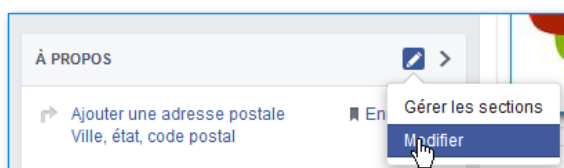
En haut à droite...



Choisir la page



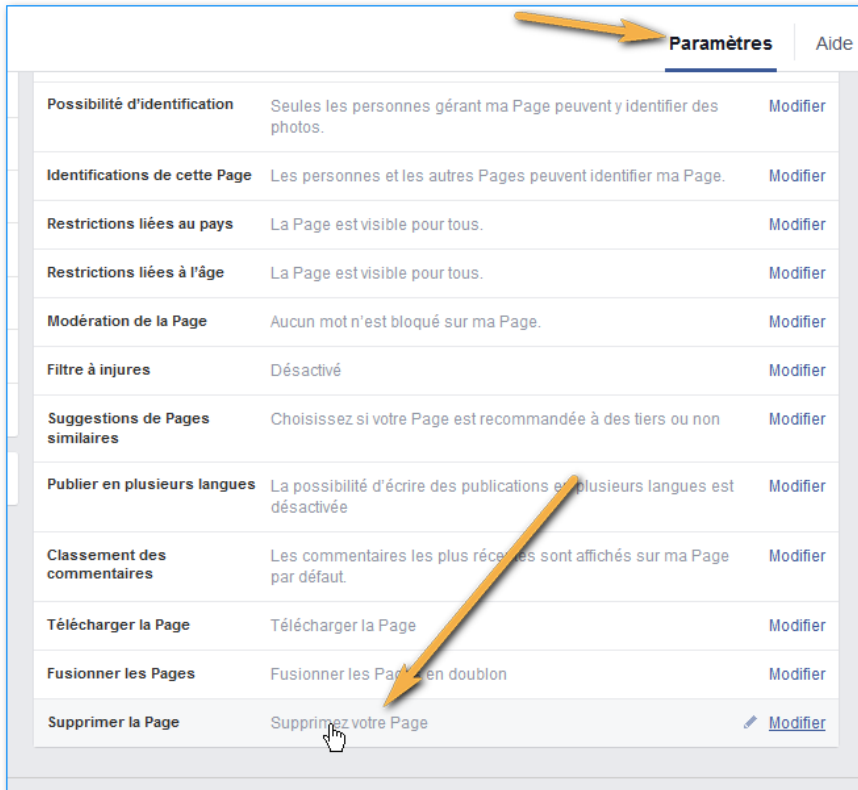
A gauche (dans à propos) :



## 5 - Supprimer la page

Faire une modification (voir paragraphe précédent)

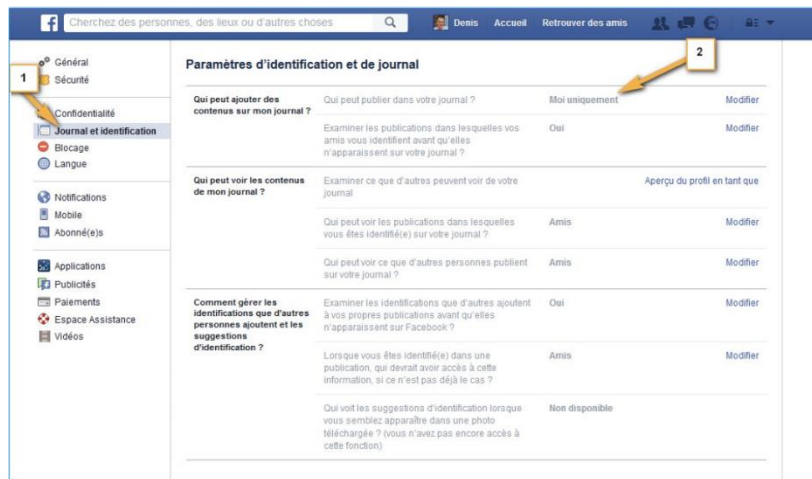
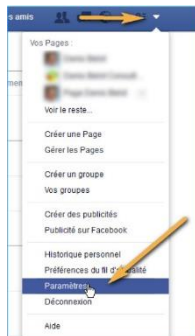
Puis :



## 6 - Publier en tant que...



## 7 - Empêcher la publication sur son journal



## **8 - Etablir le lien entre son profil et sa Page**

### **a ) Première étape**

Indiquez que vous « travaillez » chez votre Page

Pour promouvoir votre Page, faire en sorte qu'elle apparaisse sur votre Profil personnel dans la zone « Travaille à... ». En effet, cette information est la première chose que les gens voient sur votre Profil.

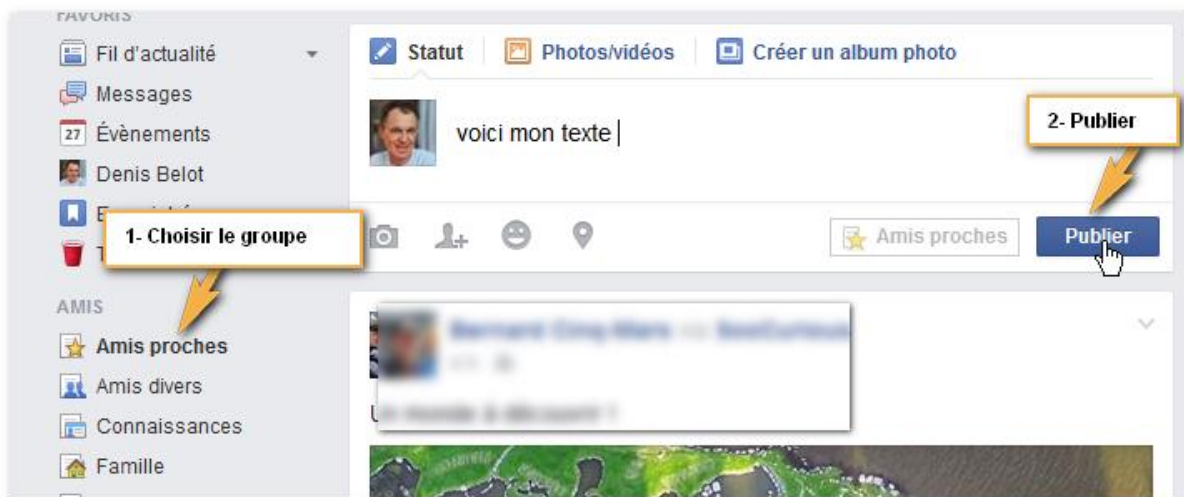
### **b ) Deuxième étape**

Vous ajoutez en propriétaire de la Page (section À la une)

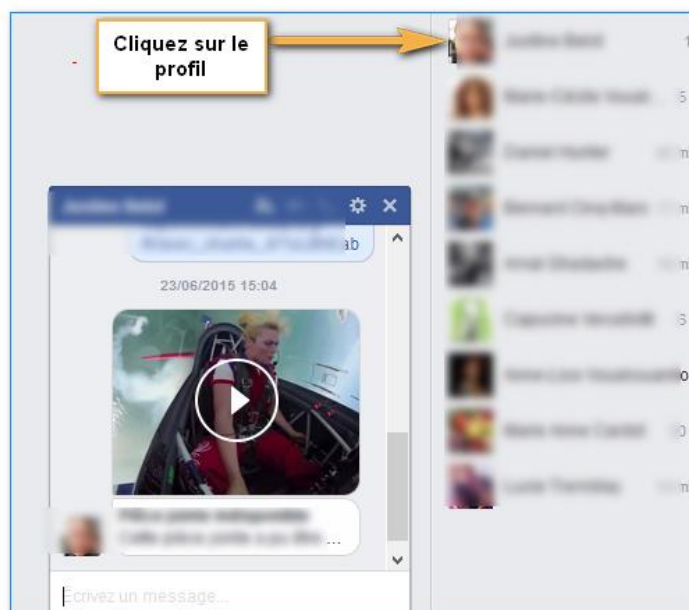
Seconde étape, vous assurez de vous ajouter comme propriétaire de la Page.

Cela fera en sorte que votre Profil apparaisse dans la partie « À propos » de votre Page et inversement, puisque votre Page apparaîtra aussi dans la section « À propos » de votre Profil

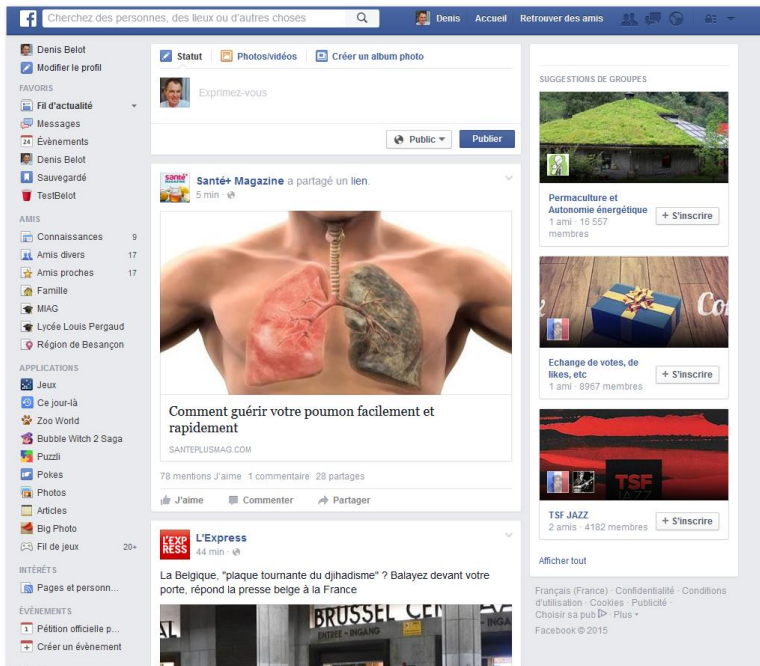
## 9 - Publier dans un groupe spécifique



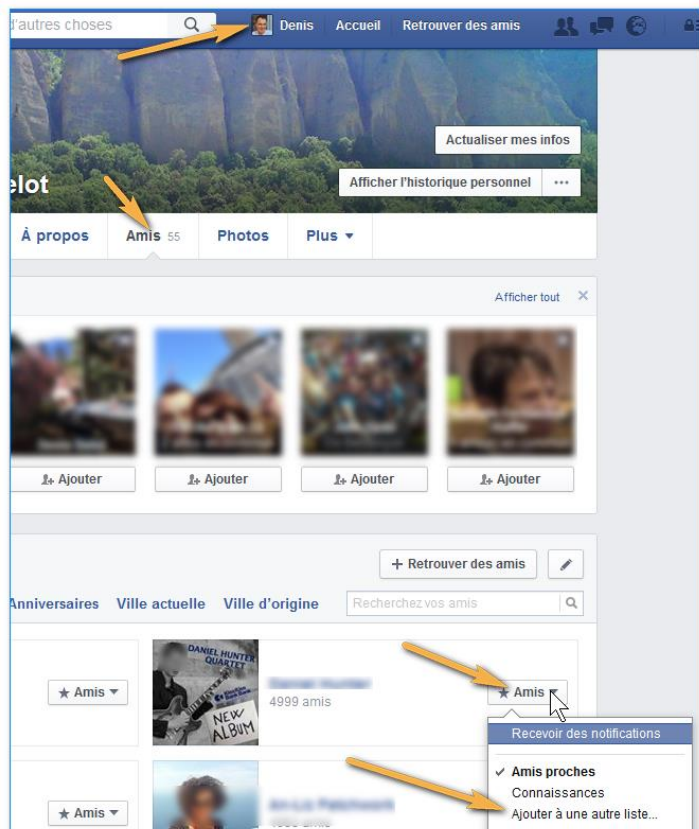
## 10 - Envoyer un message personnel



## 12 -Fil d'actualité



## 13 -Affecter les amis dans des groupes spécifiques



## 14 -Messages

The screenshot shows a Facebook Messenger interface. At the top, there's a search bar with the text "Cherchez des personnes, des lieux ou d'autres choses". Below it, the navigation bar includes "Denis", "Accueil", and "Retrouver des amis". The main header of the conversation is "Bernard Cinq-Mars" with a "+ Nouveau message" button and icons for video call, settings, and search.

On the left, a sidebar lists recent contacts: "Bernard Cinq-Mars", "Marie-Michèle Gauthier", "Marie-Michèle Gauthier", "Marie Belot", "François-Xavier Brey", "Les amis de la parole", "Justine Belot", "Marie-Michèle Gauthier", "Marie-Michèle Gauthier", "Marie-Michèle Gauthier", and "Zaid Fortine".

The conversation with Bernard Cinq-Mars shows several messages:

- A message from Denis Belot dated 26/01/2015 21:15, partially obscured by a redaction box.
- A date separator for "27 janvier".
- A message from Bernard Cinq-Mars dated 27/01/2015 02:41, partially obscured by a redaction box.
- A date separator for "28 janvier".
- A message from Denis Belot dated 28/01/2015 20:22, partially obscured by a redaction box.
- A date separator for "lundi".
- A message from Bernard Cinq-Mars dated 28/01/2015 15:47, partially obscured by a redaction box.
- A message from Denis Belot dated 28/01/2015 16:10, partially obscured by a redaction box.

## 15 -Evénements





 Denis Denis  
Accueil  
Retrouver des amis

 Denis Bolot  
Modifier le profil

Tous (1)

Initations

J'organise

+ Créer

SEMAINE PROCHAINE



**Pétition officielle pour le démantèlement...**

1 décembre - 1 mars 2016

Invitez vos amis et signez en li... · Acheter des billets

Martine Meillier Grosbuis vous a invité à cet évène...

☒ Intéressé(e)
 ☐ Inviter

MES ÉVÈNEMENTS

24

À venir

Calendrier

Abonné(e)

Passés

+ Créer

Événements auxquels vous êtes abonné(e)

Recevez une notification quand vos Pages favorites organisent des événements près de chez vous.



**The Rolling Stones**

Musicien/groupe

S'abonner



**Iron Maiden**

Musicien/groupe

S'abonner



**Carlos Santana**

Musicien/groupe

S'abonner



**Janis Joplin**

Musicien/groupe

S'abonner

Afficher toutes les suggestions

Événements populaires à proximité

Afficher la suite



**Perçée du vin jaune**

13 décembre 2015

Lons-le-Saulnier Jura



**LA SUPERETTE**

26 — 29 novembre



**SILENT PARTY #2 / FRAC**

26 novembre

ANNIVERSAIRES À VOTRE PROXIMITÉ





ÉVÈNEMENTS À VOTRE PROXIMITÉ



**a superette**

26 novembre



**Nuit D'Étudia**

26 novembre



**Bal de vendred**

26 novembre



**12ème vendred**

26 novembre

Vous pouvez ajouter

Microsoft Outlook

calendrier Apple

Uniquement mi

Événements à venir

Anniversaires

François (France) ·

d'utilisation ·

Cookie

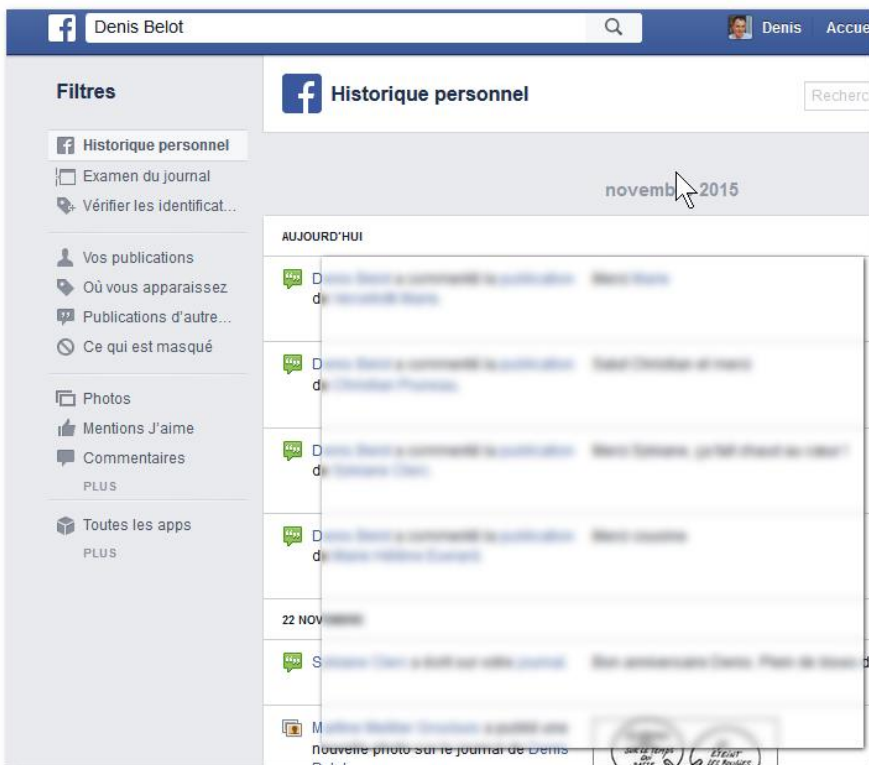
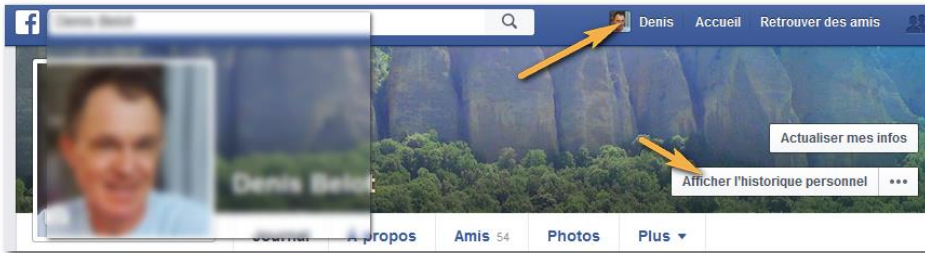
Choisir sa pub

Facebook

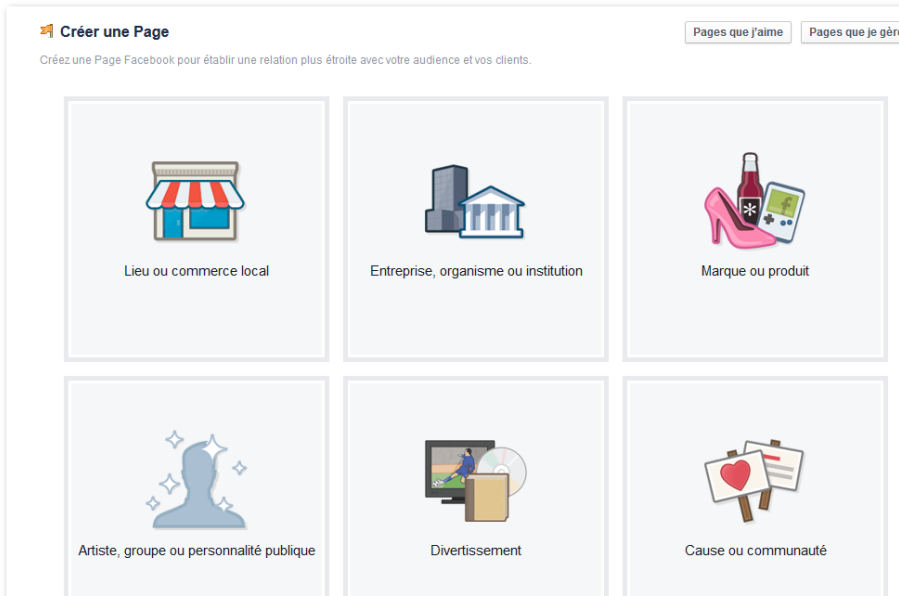
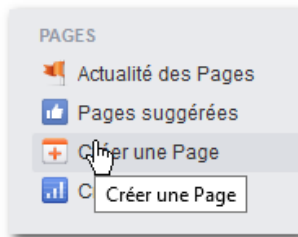
© 2015



## 16 - Historique personnel



## J. Créer une page professionnelle



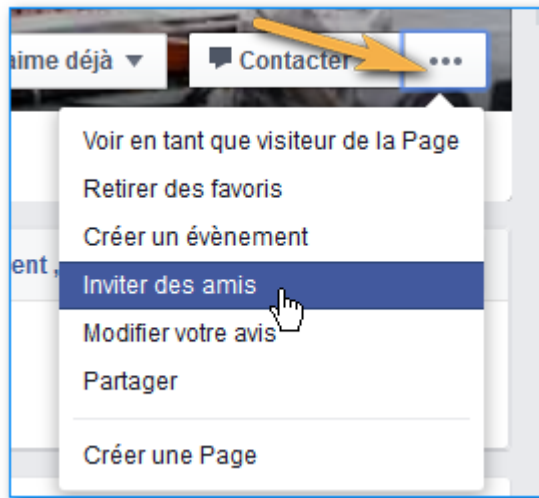
...etc.

### 1 - Remarque confidentialité

Si vous ne souhaitez pas permettre à d'autres d'écrire sur vos publications



## 2 - Inviter des amis



Demander à vos amis de relayer vos information (Like)

S'inscrire dans des groupes (villes, sports...)

Publier, publier ...etc.

Choisir des informations qui peuvent intéresser votre cible de clientèle.

Ne pas se contenter de mettre vos produits et services, mettre aussi des informations directement ou indirectement liées aux centres d'intérêt de votre cible de clientèle.

Partager des informations reçues...

### 3 - Publier en tant que ...

Pour publier en étant reconnu comme votre page professionnelle.

Se mettre sur votre page, puis publier en vérifiant que vous êtes bien reconnu comme tel (page pro).



## K. Stratégie

Définir les objectifs, la cible et la démarche...

### 1 - Objectif

Développer la clientèle, fidéliser les clients actuels, faire connaître de nouveaux produits et service...

### 2 - Segmenter votre cible

Segmenter votre clientèle pour déterminer les centres d'intérêt

Caractéristiques	Concernés
Homme/Femme	
Tranches d'âge	
Sports	
Cultures	
Centres d'intérêts	

Déterminer les centres d'intérêt des publics concernés.

### 3 - Publier

En fonction des centres d'intérêts déterminés publiez des informations pertinentes...

## L. Rechercher des Groupes, évènement lieux existants



Faites-vous accepter dans ces groupes, et publier régulièrement en fonction de centres d'intérêts du groupe choisi et de votre cible.

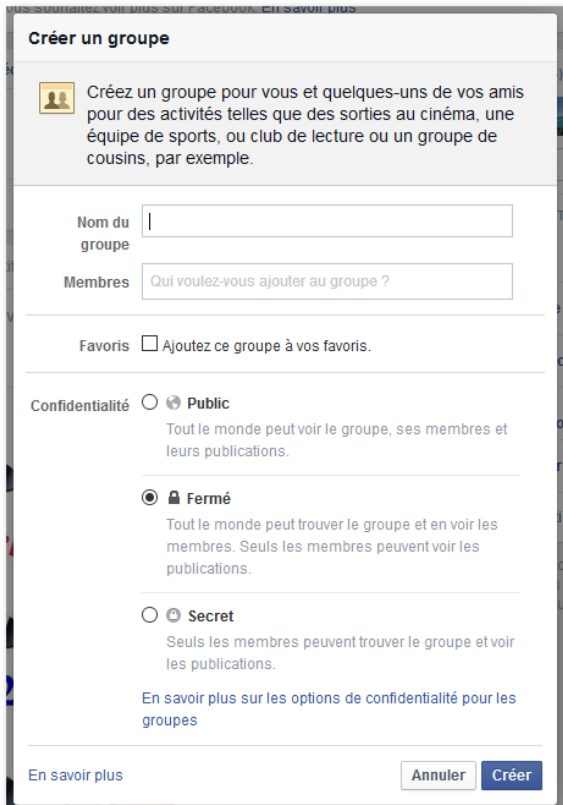
Bien entendu, pour vous faire accepter vous devrez publier de nombreuses informations générales et pas uniquement la promotion de vos produits et services.

N'hésitez pas à relayer des informations trouvées dans la presse (via Google actualités par exemple).

## M.Créer un groupe

Si vous estimez que les groupes ne correspondent pas à vos attentes, créez vous-même un ou plusieurs groupes.

Attention pour que vos groupes soient intéressants, ils doivent regrouper un grand nombre de participants. Et pour disposer d'un grand nombre de participants, il faudra, au départ surtout, de nombreuses informations pertinentes, originales et intéressantes pour que des gens souhaitent rejoindre le groupe...



The screenshot shows the 'Créer un groupe' (Create a group) dialog box on Facebook. At the top, there's a title bar with the text 'Créer un groupe'. Below it, a small icon of two people is followed by the text: 'Créez un groupe pour vous et quelques-uns de vos amis pour des activités telles que des sorties au cinéma, une équipe de sports, ou club de lecture ou un groupe de cousins, par exemple.' Below this, there are two input fields: 'Nom du groupe' (Group name) and 'Membres' (Members), with the placeholder text 'Qui voulez-vous ajouter au groupe ?' (Who do you want to add to the group?). Under the 'Membres' field, there's a 'Favoris' (Favorites) section with a checkbox labeled 'Ajoutez ce groupe à vos favoris.' (Add this group to your favorites.). The 'Confidentialité' (Privacy) section has three radio button options: 'Public' (Public), 'Fermé' (Closed), and 'Secret' (Secret). The 'Fermé' option is selected. Below the privacy options, there's a link that says 'En savoir plus sur les options de confidentialité pour les groupes' (Learn more about privacy options for groups). At the bottom, there are two buttons: 'Annuler' (Cancel) and 'Créer' (Create).

## N. Créer un événement

Vous pourrez également créer des événements en relations avec votre cible.

Ce peut des opérations commerciales mais aussi sportives, culturelles ou autres...

✉ Créer un événement ...

✕

Vous créez un événement privé. Pour protéger la confidentialité de vos invités, vous ne pourrez pas le rendre public par la suite.

Nom de l'évènement

Lieu

Date/Heure

8/11/2015

📅

14:00

🕒

UTC+01

+ Heure de fin

Description

☒ Les invités peuvent convier des ami(e)s

Annuler

Créer



# O. Gérer les paramètres et la confidentialité

## 1 - Général

Chercher des personnes, des lieux ou d'autres choses

Denis Accueil Retrouver des amis

**Général**  
Sécurité

Confidentialité  
Journal et identification  
Blocage  
Langue

Notifications  
Mobile  
Abonné(e)s

Applications  
Publicités  
Paiements  
Espace Assistance  
Vidéos

**Paramètres généraux du compte**

Nom Denis Belot

Nom de compte http://www.facebook.com/denis.belot

E-mail Principal : denis.belot@laposte.net

Mot de passe Mot de passe jamais changé.

Réseaux Aucun réseau.

Température Celsius

Télécharger une copie de vos données sur Facebook.

Utiliser en tant que : Denis Belot

Créer une Page  
Gérer les Pages  
Créer un groupe  
Rechercher des groupes  
Créer des publicités  
Publicité sur Facebook  
Historique personnel  
Préférences du fil d'actualité  
**Paramètres**  
Déconnexion  
Aide  
Espace Assistance  
Signaler un problème

## 2 - Sécurité

**Paramètres de sécurité**

**Alertes de connexion** Recevez une alerte quand quelqu'un se connecte à votre compte à partir d'un nouvel appareil ou d'un nouveau navigateur. [Modifier](#)

**Approbations de connexion** Utilisez votre téléphone comme moyen de sécurité supplémentaire afin d'empêcher d'autres personnes de se connecter à votre compte. [Modifier](#)

**Générateur de code** Utilisez l'application Facebook pour obtenir des codes de sécurité lorsque vous en avez besoin. [Modifier](#)

**Mots de passe d'application** Utilisez des mots de passe spéciaux pour vous connecter à vos applications plutôt que votre mot de passe Facebook ou vos codes d'approbation de connexion. [Modifier](#)

**Contacts de confiance** Choisissez des amis que vous pouvez appeler pour vous aider à récupérer votre compte si vous ne pouvez plus y accéder. [Modifier](#)

**Vos navigateurs et applications** Vérifiez quels navigateurs vous avez enregistrés comme navigateurs que vous utilisez souvent. [Modifier](#)

**Où vous êtes connecté(e)** Examinez et gérez où vous êtes actuellement connecté à Facebook. [Modifier](#)

**Contact légataire** Choisissez un membre de votre famille ou un ami proche pour prendre soin de votre compte si quelque chose vous arrivait. [Modifier](#)

**Désactiver votre compte** Choisissez si vous voulez garder votre compte actif ou le désactiver. [Modifier](#)

## 3 - Confidentialité

**Paramètres et outils de confidentialité**

**Qui peut voir mon contenu ?** Qui peut voir vos futures publications ? Public [Modifier](#)

Examinez toutes les publications et tous les contenus dans lesquels vous êtes identifié(e) [Utiliser l'historique personnel](#)

Limiter l'audience des publications que vous avez ouvertes aux amis de vos amis ou au public ? [Limiter l'audience des anciennes publications](#)

**Qui peut me contacter ?** Qui peut vous envoyer des invitations à devenir amis ? Amis et leurs amis [Modifier](#)

**Qui peut me trouver avec une recherche ?** Qui peut vous trouver à l'aide de l'adresse électronique que vous avez fournie ? Amis [Modifier](#)

Qui peut vous trouver à l'aide du numéro de téléphone que vous avez fourni ? Amis [Modifier](#)

Souhaitez-vous que d'autres moteurs de recherche contiennent un lien vers votre journal ? Non [Modifier](#)

## 4 - Journal et identification

<ul style="list-style-type: none"> <li>Général</li> <li>Sécurité</li> <li>Confidentialité</li> <li><b>Journal et identification</b></li> <li>Blocage</li> <li>Langue</li> <li>Notifications</li> <li>Mobile</li> <li>Abonné(e)s</li> <li>Applications</li> <li>Publicités</li> <li>Paielements</li> <li>Espace Assistance</li> <li>Vidéos</li> </ul>	<b>Paramètres d'identification et de journal</b>			
	<b>Qui peut ajouter des contenus sur mon journal ?</b>	Qui peut publier dans votre journal ?	Amis	<a href="#">Modifier</a>
		Examiner les publications dans lesquelles vos amis vous identifient avant qu'elles n'apparaissent sur votre journal ?	Oui	<a href="#">Modifier</a>
	<b>Qui peut voir les contenus de mon journal ?</b>	Examiner ce que d'autres peuvent voir de votre journal	<a href="#">Aperçu du profil en tant que</a>	
		Qui peut voir les publications dans lesquelles vous êtes identifié(e) sur votre journal ?	Amis	<a href="#">Modifier</a>
		Qui peut voir ce que d'autres personnes publient sur votre journal ?	Amis	<a href="#">Modifier</a>
	<b>Comment gérer les identifications que d'autres personnes ajoutent et les suggestions d'identification ?</b>	Examiner les identifications que d'autres ajoutent à vos propres publications avant qu'elles n'apparaissent sur Facebook ?	Oui	<a href="#">Modifier</a>
		Lorsque vous êtes identifié(e) dans une publication, qui devrait avoir accès à cette information, si ce n'est pas déjà le cas ?	Amis	<a href="#">Modifier</a>
		Qui voit les suggestions d'identification lorsque vous semblez apparaître dans une photo téléchargée ? (vous n'avez pas encore accès à cette fonction)	Non disponible	

## 5 - Blocage

<ul style="list-style-type: none"> <li>Général</li> <li>Sécurité</li> <li>Confidentialité</li> <li>Journal et identification</li> <li><b>Blocage</b></li> <li>Langue</li> <li>Notifications</li> <li>Mobile</li> <li>Abonné(e)s</li> <li>Applications</li> <li>Publicités</li> <li>Paielements</li> <li>Espace Assistance</li> <li>Vidéos</li> </ul>	<b>Gérer le blocage</b>	
	<b>Liste des utilisateurs restreints</b>	Lorsque vous ajoutez des amis à votre liste des utilisateurs restreints, ils ne peuvent voir que les informations et les publications que vous rendez publiques. Facebook n'informe pas vos amis lorsque vous les ajoutez à votre liste des utilisateurs restreints. <a href="#">Modifier la liste</a>
	<b>Bloquer des utilisateurs</b>	Lorsque vous bloquez une personne, elle ne peut plus voir ce que vous publiez sur votre journal, vous identifier, vous inviter à des événements ou des groupes, démarrer une conversation avec vous ou vous ajouter à sa liste d'amis. Remarque : cela n'inclut pas les applications, jeux ou groupes auxquels vous participez tous les deux.
	<b>Bloquer des utilisateurs</b> <input type="text" value="Ajoutez un nom ou une adresse électronique"/> <input type="button" value="Bloquer"/>	
	<b>Bloquer les invitations à utiliser une application</b>	Lorsque vous bloquez les invitations à utiliser une application, vous bloquez automatiquement toute invitation future de cette personne. Pour bloquer les invitations d'une personne particulière, cliquez sur le lien Ignorer toutes les invitations de cette personne qui apparaît en dessous de la dernière invitation.
	<b>Bloquer les invitations de</b> <input type="text" value="Saisissez le nom d'un(e) ami(e)..."/>	
<b>Bloquer les invitations à des événements</b>	Lorsque vous bloquez les invitations à participer à un événement, vous bloquez automatiquement toute invitation future de cette personne.	
<b>Bloquer les invitations de</b> <input type="text" value="Saisissez le nom d'un(e) ami(e)..."/>		
<b>Applications bloquées</b>	Lorsque vous bloquez une application, elle ne peut plus vous contacter ou obtenir des informations non publiques vous concernant sur Facebook. <a href="#">En savoir plus</a>	

## 6 - Notifications

<ul style="list-style-type: none"> <li>Général</li> <li>Sécurité</li> <li>Confidentialité</li> <li>Journal et identification</li> <li>Blocage</li> <li>Langue</li> <li><b>Notifications</b></li> <li>Mobile</li> <li>Abonné(e)s</li> </ul>	<b>Paramètres de notifications</b>	
	Sur Facebook	Toutes les notifications, sont désactivées <a href="#">Modifier</a>
	E-mail	La plupart des notifications <a href="#">Modifier</a>
	Mobile	Certaines notifications <a href="#">Modifier</a>
	Texte	<a href="#">Modifier</a>

## 7 - Mobile

<ul style="list-style-type: none"> <li>Général</li> <li>Sécurité</li> <li>Confidentialité</li> <li>Journal et identification</li> <li>Blocage</li> <li>Langue</li> <li>Notifications</li> <li><b>Mobile</b></li> </ul>	<b>Paramètres mobiles</b>	
	Vos numéros de téléphone : 06 <input type="text"/> - Vérifier - Supprimer + Ajouter un autre numéro de téléphone mobile Votre téléphone enregistré n'est pas activé pour les textos. <input type="button" value="Activer les textos"/>	
	Téléphone perdu ?	
	Vous avez déjà reçu un code de confirmation <input type="text" value="Code de confirmation"/> <input type="button" value="Confirmer"/>	

## 8 - Applications

- Général
- Sécurité
- Confidentialité
- Journal et identification
- Blocage
- Langue
- Notifications
- Mobile
- Abonné(e)s
- Applications**
- Publicités
- Paielements
- Espace Assistance
- Vidéos

### Paramètres des applications

**Connecté avec Facebook** 17 Connexion anonyme Recherche

Sur Facebook, votre nom, photo de profil, photo de couverture, genre, réseaux, nom et ID d'utilisateur sont toujours accés par les personnes et les applications. Pourquoi ? Les applications ont aussi accès à votre liste d'amis et à toute information que vous choisissez de rendre publique.

<b>Avaaz.org</b> Amis	<b>Big Photo</b> Moi uniquement	<b>Bubble Witch 2 Saga</b> Amis
<b>C'est l'apéro!</b> Amis	<b>Change.org</b> Public	<b>Deezer</b> Amis
<b>iGoogle Gadget</b> Amis	<b>Joomla!</b> Amis	<b>Marketplace</b> Amis
<b>Maxicours</b> Amis	<b>Myspace</b> Amis	<b>Pass a Balloon</b> Amis

## 9 - Publicités

- Général
- Sécurité
- Confidentialité
- Journal et identification
- Blocage
- Langue
- Notifications
- Mobile
- Abonné(e)s
- Applications
- Publicités**
- Paielements

### Publicités Facebook

<b>Publicités en fonction de mon utilisation de sites web et d'applications</b>	Pouvez-vous voir des publicités en ligne ciblées par centres d'intérêt de Facebook ? Votre statut se base sur les paramètres de votre appareil et tout choix que vous avez fait avec la Digital Advertising Alliance. ?	Oui
<b>Publicités avec mes actions sociales</b>	Qui peut voir vos actions sociales associées aux publicités ?	Mes amis uniquement
<b>Publicités basées sur mes préférences</b>	Gérez les préférences que nous utilisons pour vous montrer des publicités.	

## 10 -Paielements

- Général
- Sécurité
- Confidentialité
- Journal et identification
- Blocage
- Langue
- Notifications
- Mobile
- Abonné(e)s
- Applications
- Publicités
- Paielements**
- Espace Assistance

### Historique de paiement

Paramètres du compte Facturation des publicités

Date	Nom	Statut	Reçu
Vous n'avez aucune activité de paiement.			
Vos paiements publicitaires sont accessibles dans le <a href="#">Gestionnaire de publicités</a>			

En savoir plus sur [Paielements Facebook](#)

## 11 -Assistance

### Espace Assistance

Bienvenue, Denis !

Dans la boîte de réception d'assistance, vous pouvez :

- Recevez des mises à jour sur ce que vous avez signalé.
- Consultez et répondez aux messages de l'équipe d'assistance.
- Affichez les messages importants de votre compte.

PAGES D'AIDE

[Questions/réponses sur la recherche](#)

[Centre de sécurité](#)

## 12 -Vidéos

Général

Sécurité

Confidentialité

Journal et identification

Blocage

Langue

Notifications

Mobile

Abonné(e)s

Applications

Publicités

Paielements

Espace Assistance

Vidéos

Paramètres vidéo

Qualité par défaut de la vidéo

Vous pouvez toujours changer la qualité de la vidéo que vous regardez en cliquant sur le bouton HD du lecteur vidéo.

Par défaut ▼

Lecture auto des vidéos

Ces paramètres s'appliquent uniquement lorsque vous utilisez la version bureau de Facebook. Suivez ce guide pour changer la lecture automatique des vidéos dans votre application Facebook.

Par défaut ▼

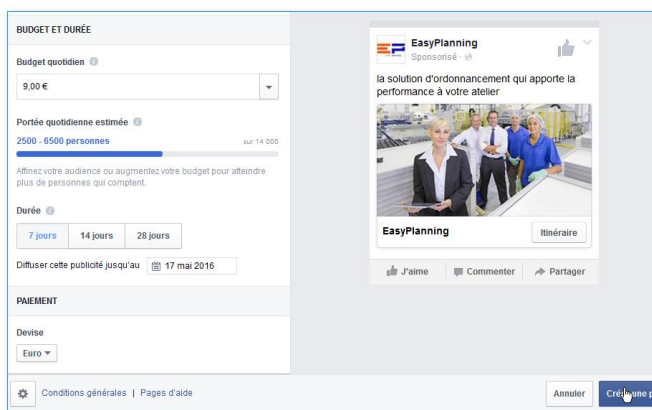
## P. Gérer la publicité



### 1 - Définition de la cible



### 2 - Définition du budget



## Q. Annexe

### 1 - Enregistrer une personne déléguée pour une page

The screenshot shows the Facebook Page settings interface. The top navigation bar includes 'Page', 'Messages', 'Notifications', 'Outils de publication', and 'Paramètres'. The left sidebar contains a menu with options: 'Général', 'Messagerie', 'Attribution des publications', 'Notifications', 'Rôles de la Page', 'Personnes et autres Pages', 'Audience de Page préférée', 'Applications', 'Publicités Instagram', 'À la une', 'Assistance sur les Pages', and 'Historique personnel'. The main content area is titled 'Rôles de la Page' and explains that different roles can be assigned to people working on the page. It lists the 'Admin' role with its permissions. Below this, there is a section to 'Ajouter une autre personne' which includes a text input field for the person's name and a dropdown menu for selecting a role. A blue information box states: 'Si vous ajoutez un nouvel administrateur à votre Page, n'oubliez pas qu'il aura les mêmes droits que vous.' At the bottom, there is a red instruction: 'Cliquez sur Enregistrer pour confirmer vos changements' and two buttons: 'Enregistrer' and 'Annuler'. Two orange arrows are present: one pointing to the 'Paramètres' tab and another pointing to the 'Rôles de la Page' section header.

Remarque : le mot de passe demandé doit être saisi réellement (pas de copier-coller)