



# Bons plans

## Une nouvelle façon d'établir des liens avec les clients

Facebook s'efforce sans cesse de créer des expériences plus enrichissantes permettant aux entreprises de mieux communiquer, d'établir des liens et d'interagir avec leurs clients. Elles peuvent aujourd'hui utiliser les Pages Facebook, les publicités Facebook et, depuis peu, les Lieux Facebook. Cette dernière application permet aux clients d'indiquer sur Facebook qu'ils se trouvent physiquement dans un lieu particulier, tel qu'un magasin.

Et nous proposons désormais des « bons plans ». Cette fonctionnalité permet de récompenser les clients indiquant sur Facebook qu'ils se trouvent sur le lieu d'une entreprise particulière et permet ainsi d'améliorer votre notoriété, d'attirer plus de clients dans vos magasins et de les fidéliser. Les bons plans favorisent la création de liens entre le public et les entreprises, qui par conséquent sont encore plus souvent citées dans les conversations de leurs clients. De plus, les entreprises peuvent dès maintenant créer gratuitement des bons plans. Pour en savoir plus et bien commencer, poursuivez votre lecture.



Yvonne Chen a profité d'un bon plan proposé par Sol Cafe.



20% de réduction

jusqu'au dimanche 1 mai 2011

Vous aussi, profitez-en en vous rendant à ce lieu et en indiquant que vous vous y trouvez



mercredi, à 19:03 via iPhone · [J'aime](#) · [Commenter](#)

Remarque – L'application Bons plans est en phase bêta. Elle est actuellement disponible pour un ensemble limité d'entreprises. Ce produit, sa disponibilité et son coût sont sujets à modification.

## L'intérêt des bons plans

Les bons plans constituent des atouts pour l'acquisition et la fidélisation des clients, de même que pour la présence de votre entreprise.



### Séduisez de nouveaux clients

Plus de 200 millions d'utilisateurs actifs de Facebook Mobile peuvent être curieux de savoir ce qui se passe autour d'eux. Les bons plans s'affichent sur les téléphones portables des personnes se trouvant à proximité. C'est donc un bon moyen de mettre votre entreprise en avant, afin d'atteindre des clients, nouveaux ou existants. Offrez à ces personnes une bonne raison de s'arrêter chez vous pour faire un achat.



### Faites circuler l'information

Les informations se propagent rapidement. En moyenne, chaque utilisateur Facebook a 130 amis. Par conséquent, si quelqu'un indique se trouver dans votre lieu alors que vous proposez un bon plan, ses amis en entendront vite parler par le biais de l'actualité Facebook. Les bons plans s'adressent à toutes les personnes qui aiment faire des économies.



### Fidélisez vos clients

Les utilisateurs Facebook, qui visitent le site 28 fois par mois en moyenne, sont toujours à la recherche de nouveautés. Concentrez-vous sur le développement de vos relations avec vos clients les plus fidèles. N'oubliez pas que la fidélisation des clients assure la pérennité de votre activité. De plus, ces clients influencent les décisions d'achat de leur entourage. Donnez à vos clients l'envie de revenir pour redécouvrir vos offres.

## Quatre types de bons plans

Vous pouvez créer quatre types de bons plans en fonction des objectifs que vous souhaitez atteindre. Avant de créer votre bon plan, réfléchissez à vos objectifs. Quel que soit le type de bon plan, assurez-vous d'offrir une valeur appréciable à vos clients. En effet, les bons plans particulièrement avantageux peuvent générer beaucoup de « buzz » et se propager rapidement sur Facebook comme à l'extérieur.



### Bons plans individuels

Pour offrir un bon plan ponctuel, créez un bon plan individuel. Vous pouvez proposer ce type de bon plan à vos clients, nouveaux ou existants, pour lancer un nouveau produit, pour offrir un cadeau lors d'un achat, pour un déstockage ou simplement pour attirer plus de clients dans vos magasins.



### Bons plans Fidélité

Pour récompenser vos clients les plus fidèles, créez un bon plan Fidélité. Ces bons plans peuvent être utilisés uniquement par des clients ayant indiqué se trouver dans votre lieu un certain nombre de fois. Le nombre de fois qu'un client indique se trouver dans votre lieu peut varier en fonction de ce que vous proposez. Les bons plans Fidélité sont utilisables après qu'un client a indiqué se trouver dans votre lieu pas moins de deux fois et pas plus de 20 fois.



### Bons plans Amis

Qu'il s'agisse de faire des achats ou de manger un morceau, les clients ne sont souvent pas seuls. Pour proposer un bon plan à un groupe de personnes, créez un bon plan Amis. Ces bons plans vous permettent d'offrir des remises à des groupes réunissant jusqu'à 8 personnes, lorsque ces dernières indiquent se trouver dans votre lieu en même temps. Cela permet d'accroître la notoriété de votre entreprise. En effet, pour bénéficier du bon plan, vos clients doivent présenter vos offres à leurs amis et à leur famille.



### Bons plans Bonnes œuvres

Montrez à tous que le résultat financier n'est pas votre seule préoccupation. Créez un bon plan Bonnes œuvres pour faire un don d'un certain montant à l'œuvre caritative de votre choix chaque fois que quelqu'un utilise ce bon plan. Il s'agit d'un moyen remarquable pour votre entreprise de servir la communauté. Sachez cependant que vous devez gérer le processus de don.

## Création de votre bon plan

Pour créer votre bon plan, accédez à votre lieu Facebook ou à votre Page Facebook principale sur [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

### Étape n° 1 :

Choisissez votre type de bon plan

### Étape n° 2 :

Définissez votre offre

### Étape n° 3 :

Spécifiez les dates de validité et les restrictions

Créez votre bon plan au moins 48 heures à l'avance, car il devra être examiné avant sa diffusion. Nous vous recommandons de définir une durée d'une semaine au minimum afin que les clients disposent du temps nécessaire pour trouver votre bon plan et se rendre dans votre établissement.

### Étape n° 4 :

Diffusez votre bon plan

Une fois votre bon plan approuvé, diffusez-le vers tous vos lieux secondaires. Ainsi, vous serez assuré que tous les lieux secondaires proposent le même bon plan.

### Étape n° 5 :

Faites la promotion de votre bon plan

Une fois votre bon plan approuvé, vous pouvez en faire la promotion par une mise à jour du statut de votre Page Facebook ou par une publicité Facebook. Si vous diffusez une publicité, assurez-vous de cibler un segment local et de lier votre publicité à votre Page Facebook principale.

**Choisissez un type de bon plan :**

- Bon plan individuel**  
Récompensez vos clients pour s'être rendus dans votre lieu. Ce type de bon plan est idéal pour les remises ou cadeaux simples avec conditions d'achat.
- Bon plan Amis**  
Récompensez un groupe de clients pour s'être rendus ensemble dans votre lieu pour accroître la reconnaissance de votre entreprise plus rapidement.
- Bon plan Fidélité**  
Récompensez vos clients pour s'être rendus dans votre lieu un certain nombre de fois, une opération similaire à une carte de fidélité traditionnelle.
- Bon plan Bonnes œuvres**  
Engagez-vous à faire un don à une œuvre caritative de votre choix lorsque des clients indiquent se trouver dans votre lieu. Une opération bénéfique pour tous !

---

**Définissez votre bon plan :**

Récapitulatif du bon plan :  *Limite de 50 caractères*  
50 caractères maximum.

Comment en profiter :  *Limite de 100 caractères*  
100 caractères maximum.

---

**Ajoutez les détails et les restrictions :**

À partir de :  18:00

Jusqu'à :  18:00

Nombre d'utilisations maximum :  100  La limite est par magasin  
 Illimité

Multiples utilisations :  Peut être obtenu par un utilisateur une fois toutes les 24 heures  
 Peut être obtenu une seule fois par utilisateur

Restrictions liées au pays :

---

En cliquant sur le bouton Créer un bon plan, j'accepte de respecter les Déclaration des droits et responsabilités de Facebook et tous autres règlements de Facebook, tels que les Règles publicitaires sur Facebook.

Vous avez des commentaires ? [envoyez-nous vos commentaires.](#)

Remarque – Un bon plan peut être refusé ou supprimé en cas d'abus lié au produit concerné. Après nous avoir soumis votre bon plan, vous recevrez un message de confirmation des dates de début et de fin, ainsi que les prochaines étapes importantes pour vous aider à préparer votre bon plan. Assurez-vous de consulter nos instructions de préparation du bon plan ci-dessous.

## Recommandations

Créez des bons plans à la fois pertinents et utiles pour les clients de votre entreprise. Veuillez respecter nos conseils ci-dessous.

### Offrez une valeur appréciable à vos clients

---

Les bons plans vraiment intéressants attirent davantage de clients et, en général, proposent une remise de 10 à 50 % ou un cadeau d'une valeur égale ou supérieure à l'achat auquel il est lié.

### La simplicité est plus attrayante

---

Les titres et descriptions d'une longueur excessive constituent un obstacle. Expliquez votre bon plan brièvement et simplement. N'oubliez pas d'indiquer toute restriction, un appel à l'action clairement exprimé et la durée de validité du bon plan. Si les clients comprennent rapidement votre offre, ils disposeront de plus de temps pour se rendre dans votre établissement et effectuer leurs achats.

Exemples de titres :

- ▶ Remise de 20 % sur tout achat supérieur à 10 €
- ▶ 1 gratuit pour 1 acheté
- ▶ Remise de 30 % sur n'importe quelle entrée si vous indiquez que vous êtes ici avec 3 amis

Exemples d'invitations à utiliser un bon plan :

- ▶ Adressez-vous au serveur pour utiliser ce bon plan
- ▶ Présentez l'écran de votre téléphone lors du passage en caisse

### Suivez nos instructions de préparation du bon plan

---

Pour fidéliser vos clients, il est important de créer une expérience positive. Préparez votre bon plan avant de le lancer et informez-en vos employés de façon détaillée. Veuillez consulter nos instructions de préparation ci-dessous.

### Évitez de laisser les clients et soyez attentif au nombre de bons plans proposés.

---

Si leur durée de validité est trop longue, les bons plans perdent de leur pertinence et peuvent être perçus comme des remises permanentes qui n'incitent pas les clients à acheter. Faites également attention au nombre de bons plans proposés. Un trop grand nombre de bons plans proposés simultanément peut être source de confusion pour les employés et les clients.

## Préparation de votre entreprise pour votre bon plan

Voici 7 étapes que vous pouvez suivre pour optimiser l'expérience du bon plan proposé dans votre magasin.

1

### Prévoyez la logistique

Communiquez avec vos employés sur les points suivants :

- ▶ Les informations essentielles sur votre bon plan. Indiquez à vos employés le nombre de bons plans proposés, leur durée de validité et leur date d'expiration.
- ▶ Les produits/services concernés. Précisez la nature de l'offre, par exemple : un sac gratuit pour tout achat supérieur à 50 €, une manucure gratuite avec tous les massages.
- ▶ Votre stock. Assurez-vous de pouvoir satisfaire la demande générée par votre bon plan.
- ▶ Vos conditions d'utilisation. Communiquez les restrictions ou les règles relatives au bon plan.
- ▶ Un processus clair de suivi du bon plan. Pour demander à bénéficier du bon plan, les clients présenteront l'écran de leur téléphone. Indiquez à vos employés comment enregistrer les bons plans utilisés. Par exemple, vous pouvez effectuer le suivi des bons plans utilisés en barrant des numéros dans une liste.

2

### Soyez proactif

N'attendez pas que des situations délicates se présentent. Prévoyez-les à l'avance. Par exemple, une fois que tous vos bons plans ont été utilisés ou sont arrivés à expiration, ils ne sont plus visibles par d'autres personnes. Si quelqu'un entre dans votre magasin et vous demande à bénéficier du bon plan dont ses amis lui ont parlé, souhaitez-vous lui proposer ce bon plan, même après son expiration ? Indiquez clairement de quelle façon vos employés doivent gérer ces situations.

3

### Enrichissez le contenu de votre lieu ou de votre Page Facebook

Lorsque vous proposez un bon plan, il est possible que des clients recherchent votre entreprise sur Facebook pour indiquer qu'ils aiment votre lieu ou votre Page. Ajoutez du contenu pour affirmer votre présence sur Facebook. Saisissez des informations générales sur votre entreprise, téléchargez des photos, effectuez des mises à jour de votre statut et interagissez avec vos clients. Votre Page vous fournit des indications vous permettant d'en savoir plus sur vos clients.

4

### Mettez-vous à la place de vos clients

Quelle est votre expérience lorsque vous utilisez un bon plan ? Assurez-vous de bien connaître votre expérience client de bout en bout. Utilisez l'application Facebook pour iPhone ou tout appareil mobile compatible HTML5 pour accéder à [touch.facebook.com](https://touch.facebook.com).

5

**Prévoyez suffisamment de personnel**

Si vous offrez un sac de produits gratuits avec tout achat supérieur à 70 €, essayez de prévoir le nombre de clients qui vont se rendre dans votre magasin. Dotez-vous du personnel adéquat pour faire face à l'augmentation du nombre des clients.

6

**Anticipez l'échelle de l'offre**

Dans le cas de bons plans destinés à plusieurs lieux, vous devez vous organiser encore plus à l'avance pour créer un bon plan et l'associer à chacun des lieux en question. Une préparation anticipée vous donne par ailleurs plus de temps pour communiquer efficacement les conditions d'approvisionnement et d'utilisation à vos employés et différents magasins.

Remarque – Si vous avez des magasins dans des centaines de lieux, contactez votre chargé de compte afin d'obtenir de l'aide pour la diffusion à plus grande échelle de vos bons plans. Si vous ne disposez que de quelques magasins, veuillez créer chaque bon plan individuellement pour chacun des lieux Facebook correspondants.

7

**Communiquez votre bon plan**

Si vous disposez d'une Page ou d'un lieu Facebook, actualisez votre statut pour informer les utilisateurs de votre bon plan. Si vous diffusez une publicité Facebook en rapport avec votre bon plan, établissez un lien avec les utilisateurs via votre Page ou votre lieu Facebook. Mettez l'accent sur les points clés de votre bon plan dans le titre et le corps de la publicité, et assurez-vous de cibler le segment local approprié.

