

# Guide complet de l'utilisation de facebook pour son cabinet d'avocats

## Facebook : avocats, que faut-il savoir sur ce réseau social ?

Facebook est un réseau social qui vous permet de vous connecter et d'échanger avec des membres de votre famille ou des amis en ligne. Originellement conçu par des étudiants, Facebook a été créé en 2004 par Mark Zuckerberg lorsqu'il était encore à l'université de Harvard. En 2006, toute personne âgée de 13 ans munie d'une adresse mail valide peut s'inscrire sur Facebook. Aujourd'hui, Facebook est le premier réseau social du monde, avec plus d'un milliard d'utilisateurs mondiaux. Facebook permet d'envoyer des messages et d'éditer les informations de son statut pour garder contact avec des amis ou de la famille. Au niveau professionnel, il permet d'établir de nouveaux contacts avec des personnes travaillant dans le même secteur professionnel que vous. Vous pouvez aussi sur Facebook partager différents types de contenus, comme des photos ou des liens. Mais le contenu que vous partagez sur Facebook est un peu différent de tout autre type de communication en ligne. Contrairement à la messagerie de Facebook, Messenger, qui est relativement privée, ce que vous partagez sur Facebook est public, ce qui veut dire que d'autres personnes peuvent avoir accès à votre contenu.

Facebook est le réseau social qui compte le plus d'utilisateurs au niveau mondial. Il compte, selon les chiffres de 2022, 2,912 milliards d'utilisateurs actifs mensuels. En janvier 2022, on dénombre aussi 1,929 milliard d'utilisateurs journaliers actifs. En France, la proportion d'utilisateurs de Facebook est de 40 millions d'utilisateurs actifs par mois.

Au niveau de la répartition des utilisateurs en fonction de leur genre, 51 % d'entre eux sont des femmes en France contre 49 % d'hommes. Au niveau de l'âge, si Facebook perd des utilisateurs chez les utilisateurs de moins de 18 ans, il continue à en gagner chez des personnes plus âgées. **Avocats, faisons le point sur les tendances Facebook pour les années 2021 et 2022 pour vous aider à comprendre pourquoi être présent sur Facebook est primordial.**

## Etude démographique globale de Facebook

Au niveau du nombre d'utilisateurs Facebook en France, le réseau social de Mark Zuckerberg communique au mois de mars un nombre total de 40 millions d'utilisateurs actifs par mois. Comparé au mois de décembre 2021, Facebook gagne 1 million d'internautes. La France se positionne au 10ème rang mondial en termes de nombre d'utilisateurs Facebook.

Au niveau des pourcentages, 60 % des personnes de la génération Z, génération constituée des jeunes âgés de 15 à 24 ans, utilisent ce réseau social. Facebook demeure méprisé par les adolescents et par les adultes peu âgés, qui lui préfèrent d'autres réseaux sociaux tels que Instagram, Tik Tok, Twitter, etc. En 2019, on peut constater que le taux d'utilisation de Facebook par les internautes pendant la période un peu spéciale du confinement atteint 72 %. Contre 60 % en 2020. Nous pouvons donc constater une baisse légère des utilisateurs les plus jeunes sur Facebook entre les deux années, selon l'étude de Social Life 2019 et Social Life 2020.

Au total, 34,7 millions d'internautes se servent chaque jour des réseaux sociaux et des messageries. Cette part de la population représente 6 Français sur 10. Sur Facebook, ils sont au nombre de 24 millions de visiteurs uniques quotidiens.

Ce qui est intéressant est de constater que le niveau d'éducation des utilisateurs Facebook en France est assez élevé. La part d'utilisateurs diplômée est de 26 %, soit un peu plus de la moitié des utilisateurs Facebook français.

Au niveau des groupes Facebook, 28 millions des utilisateurs en France participent à des groupes et y sont inscrits.

En France, au niveau des TPE et des PME, 50 % d'entre elles sont présentes sur toutes les plateformes du groupe Facebook. Facebook est utilisé par des marketeurs B2C et des marketeurs B2B. 96 % des utilisateurs sont des marketeurs B2C et 91 % des utilisateurs sont des marketeurs B2B. Cela vous place, avocats, sur le devant de la scène car vous pouvez communiquer à un public étendu de marketeurs B2B.

## Et pour les avocats ?

Pour vous avocats, Facebook présente un intérêt stratégique en termes de communication avec votre clientèle et avec vos prospects et en termes de visibilité sur les réseaux sociaux et sur internet. En effet, Facebook est une marketplace très puissante. Le taux d'engagement sur la Facebook Community est énorme. Au niveau des interactions, l'utilisateur moyen like au minimum 1 page Facebook sur la durée de sa vie. Sur 30 jours, il va liker en moyenne 13 posts. En moyenne, il va publier 5 commentaires, partager 1 post et cliquer sur 12 publicités. Si vous y réfléchissez bien, vous pouvez vous appuyer sur Facebook afin de faire la publicité de votre

cabinet d'avocats. Facebook est un excellent moyen d'améliorer sa visibilité pour toute entreprise en constituant une bonne vitrine commerciale de votre activité professionnelle. Vous allez pouvoir vous adresser à un public éduqué et transmettre des informations à un public qui vous écoutera, vous établirez aussi un rapport de confiance avec votre prospect. Être présent sur un réseau social va rassurer l'utilisateur de Facebook. Il va pouvoir mettre une image sur votre nom. Vous n'êtes plus anonyme aux yeux de l'internaute qui tape votre nom sur un moteur de recherche.

Au niveau de l'engagement, le taux d'engagement pour un post Facebook est de 3,29% en moyenne. Un post sous forme d'image atteindra tout de même près de 5% d'engagement, ce qui en fait le post le plus efficace en termes de meilleure stratégie marketing de votre cabinet d'avocats sur Facebook. En effet, le visuel, sur Facebook, demeure plus attrayant que n'importe quel autre format de post. Concernant les vidéos sur Facebook, les utilisateurs de Facebook regardent en moyenne 100 millions d'heures de contenu vidéo chaque jour. Les chiffres à retenir pour vous avocats sont les suivants : Facebook génère en moyenne un peu plus de 8 milliards de vues de vidéo par jour. 85 % des utilisateurs voient les vidéos sans le son sur Facebook. Parmi les vidéos, 20 % sont des vidéos qui diffusent un live en direct. Il suffit de profiter de cette trend qui fait que les internautes regardent beaucoup de contenu vidéo. Créer du contenu visuel est la première étape qui vous fera vous distinguer des autres cabinets d'avocats sur Facebook.

Cependant, votre présence en ligne sur Facebook implique aussi votre présence sur internet. Avoir un compte Facebook pour son cabinet et ne pas avoir de site professionnel semble incohérent et louche. Il vous faut donc vous assurer, avocats, de bien corréliser votre site internet à votre compte Facebook ou page Facebook. La page internet de votre cabinet d'avocats garantit votre sérieux professionnel à l'utilisateur Facebook qui vous recherche.

Pour vous avocats, les avantages d'être présent sur Facebook sont donc multiples : c'est l'occasion pour vous de vous assurer une notoriété sur internet, vous allez travailler à la génération de vos prospects et vous allez vous construire un profil d'expert dans votre domaine. De plus, Facebook constitue une excellente vitrine pour votre activité professionnelle d'avocat.

## La publicité Facebook pour les avocats

Facebook offre de multiples avantages. Non seulement il s'agit d'une vitrine pour votre cabinet d'avocats mais ce réseau social vous permet aussi de faire la publicité de votre cabinet. Offrant la possibilité de lancer une campagne publicitaire en fonction de la démographie et des intérêts des utilisateurs Facebook, la publicité ciblée Facebook est un excellent outil de ciblage de votre audience. Grâce à Facebook, vous pouvez orienter votre discours selon votre prospect cible. Parmi les différentes options de publicité, voici ce que Facebook vous propose pour mieux l'organiser sur sa plateforme :

- Les options d'optimisation de votre campagne publicitaire (budget journalier pour la publicité, stratégies de campagnes publicitaires).
- Les options d'A/B tests, pour évaluer la visibilité de votre page d'accueil, la réactivité de votre audience.
- La localisation de votre audience (vous pouvez choisir de cibler le monde entier, un pays, une ville, une communauté).
- La démographie de votre audience (connaissez l'âge, le genre, la langue, le niveau d'études, la formation, les événements, l'entreprise de votre audience).
- Les centres d'intérêt de votre audience (intérêts professionnels, personnels, relations familiales et contacts, activités et hobbies).
- Les outils de placement des publicités (le feed de Facebook, Facebook Marketplace, boîte Messenger de Facebook, stories Facebook).

## Table des matières

<b>Facebook : avocats, que faut-il savoir sur ce réseau social ?</b>	<b>1</b>
<b>Etude démographique globale de Facebook</b>	<b>1</b>
<b>Et pour les avocats ?</b>	<b>2</b>
<b>La publicité Facebook pour les avocats</b>	<b>3</b>
<b>I) Pourquoi utiliser mon compte facebook d'avocat ?</b>	<b>6</b>
Une plateforme décriée mais qui reste incontournable	6
Facebook est-il fait pour tous les avocats ?	6
Quels sont les avantages de Facebook pour un avocat ?	8
3.1) Vous améliorez la visibilité de votre cabinet et de votre marque	8
3.2) Vous diffusez facilement le contenu que vous produisez	9
3.3) Vous profitez d'un canal de communication pour votre cabinet	10
Nos conseils lors de la création de votre page Facebook	11
<b>II) Facebook mon compte avocat : pourquoi être actif ?</b>	<b>12</b>
Comment améliorer votre référencement avec Facebook ?	13
Vous voulez travailler votre notoriété ?	13
Facebook : comment vous faire connaître ?	14
<b>III) Comment créer une page facebook pour son cabinet d'avocats ?</b>	<b>15</b>
Ma photo de profil Facebook est-elle professionnelle ?	16
Points clés à retenir :	17
Comment convertir grâce à la page de couverture ?	17
Points clés à retenir :	18
Votre introduction Facebook : votre cv ?	18
Points clés à retenir :	19
<b>IV) Comment prospecter sur mon compte facebook d'avocat ?</b>	<b>19</b>
Organiser sa page facebook pour prospecter ?	20
Optimisez votre page d'entreprise facebook	20
Comment connaître son prospect ?	21
<b>V) Comment créer la publicité facebook de mon cabinet d'avocats ?</b>	<b>22</b>
Comment créer une publicité facebook ?	23
Quel format de publicité facebook privilégier ?	23
Comment organiser un bon formulaire prospect ?	24
Comment faire en sorte que ma publicité Facebook se démarque ?	25

# I) Pourquoi utiliser mon compte facebook d'avocat ?

La présence sur Internet est un enjeu important pour les cabinets d'avocats. La concurrence augmente d'année en année et de plus en plus d'avocats s'emparent des outils digitaux pour booster leur activité. Les réseaux sociaux sont un levier important pour développer sa visibilité et travailler sa réputation numérique.

Facebook est le réseau social le plus connu et le plus largement utilisé. Mais est-il réellement intéressant pour un avocat ? Quelle place doit-il avoir au sein de votre stratégie sur les réseaux sociaux ?

## 1) Une plateforme décriée mais qui reste incontournable

Facebook n'est pas le réseau social qui profite de la meilleure des réputations. Régulièrement décriée dans les médias, notamment en lien avec la protection des données de ses utilisateurs, la plateforme fait face à de plus en plus de réticences dans l'opinion publique.

Pourtant, **Facebook reste un des réseaux sociaux les plus utilisés** avec, en janvier 2022, 2,912 milliards d'utilisateurs actifs mensuels et 1,929 milliard d'utilisateurs actifs journaliers.

C'est 63% des internautes français (60,4 millions d'après le site Internet World Stats). Malgré sa réputation émaillée de polémiques, le nombre d'utilisateurs de Facebook a augmenté de +6% par rapport à janvier 2017.

L'usage des réseaux sociaux évolue également avec le temps, **devenant désormais un canal d'information pour 67% des internautes** dans le monde.

C'est particulièrement vrai pour les 18-49 ans (78% d'entre eux) mais également sur les plus de 50 ans (55% d'entre eux). Parmi les réseaux sociaux, c'est Facebook qui tire son épingle du jeu : 45% des adultes s'informent via la plateforme sociale.

Ainsi, bien que l'image de Facebook ne soit pas au beau fixe, le réseau reste incontournable pour gagner en visibilité auprès des justiciables (principalement les particuliers), et donc vos futurs clients.

## 2) Facebook est-il fait pour tous les avocats ?

Il faut le savoir dès le départ : **Facebook n'est pas adapté à tous les professionnels du droit**. En effet, votre intérêt à développer votre présence sur un réseau social comme Facebook est en directe corrélation avec la clientèle que vous souhaitez pour votre cabinet.

Facebook est un réseau majoritairement B2C — c'est-à-dire "Business to Consumer" — où vous allez vous adresser à des consommateurs, à des particuliers. Il s'oppose à un réseau B2B — "Business to Business" — comme LinkedIn, dont l'audience seront des entreprises et autres professionnels.

Ainsi, si vous exercez en droit fiscal ou en droit des sociétés, Facebook n'est très certainement pas la plateforme où placer tous vos efforts.

A l'inverse, certains domaines de droit peuvent avoir leur place sur ce type de réseau :

- Par exemple, le droit de la propriété intellectuelle, notamment en matière de droits d'auteur ou de contrefaçon, peut trouver une audience auprès des particuliers, notamment en écho à l'actualité.
- De la même manière, des articles ou autres contenus sur le droit pénal pourront s'avérer particulièrement efficaces, les faits divers et affaires judiciaires étant très populaires dans les médias.
- Enfin, le droit de la famille et plus particulièrement les thématiques telles que le divorce ou la filiation vont intéresser une grande partie des utilisateurs de Facebook, notamment les femmes.



En cherchant le droit de la famille sur Facebook, ce sont des pages d'avocats qui tiennent les premières places des résultats.

Des exemples qui n'ont rien d'exhaustifs. Avant de vous décider, étudiez les pages (d'avocats ou non) que vous pouvez trouver sur le réseau. Que pourriez vous apporter de similaire... ou au contraire de différent !

**Pour résumer** : l'utilité de Facebook pour votre cabinet dépend à la fois des centres d'intérêt des utilisateurs du réseau et de la clientèle que vous essayez d'atteindre.

### 3) Quels sont les avantages de Facebook pour un avocat ?

Passer du temps à développer votre présence sur Facebook est-il vraiment rentable ?

Nous n'allons pas vous mentir, créer une page Facebook ne va pas subitement démultiplier le nombre de justiciables qui viennent taper à la porte de votre cabinet.

Ce réseau est cependant un levier à activer pour développer votre présence sur Internet et travailler votre réputation numérique.

#### 3.1) Vous améliorez la visibilité de votre cabinet et de votre marque



Votre page Facebook est une réelle vitrine pour votre cabinet. Elle vous présente, votre activité et votre expertise. Il est important d'y indiquer vos horaires de consultation et le moyen de vous contacter.

Éventuellement, et si vos prestations s'y prêtent, vous pouvez indiquer vos honoraires, voire même vos offres, directement sur la page.

The screenshot shows the Facebook page for 'Cabinet OMER Avocats'. The page layout includes a left-hand navigation menu with options like 'Accueil', 'À propos', 'Services', 'Publications', 'Vidéos', 'Photos', 'Communauté', and 'Infos et publicités'. The main content area is divided into sections: 'Services' featuring a 'Divorce rapide et économique' offer with a price of 'A partir de 210 € TTC par époux'; 'Publications' showing a post from February 12th about a fast divorce procedure; and a 'Services' section. The right-hand sidebar contains a 'Nous contacter' button, an 'Envoyer un message' button, a 'Communauté' section with 4,424 likes and 4,455 followers, and an 'À Propos' section with a map of the office location at 137 boulevard de Sébastopol, 75002 Paris, and contact details including the phone number 01 83 75 81 10 and the website www.avocat-omer.fr.

Sur sa page, le cabinet OMER Avocats utilise toutes les fonctionnalités de la plateforme pour mettre en avant son activité : partage d'articles pédagogiques, informations de contact complètes et même une indication tarifaire de sa prestation phare.

**A savoir :** votre page Facebook est référencée sur les moteurs de recherche (Google) automatiquement. Ainsi, si vous n'avez pas de site internet ou que vous n'êtes pas présent sur une plateforme de mise en relation, vous profitez d'un peu de visibilité lorsque les internautes cherchent votre nom ou celui de votre cabinet.

### 3.2) Vous diffusez facilement le contenu que vous produisez

Comme nous vous l'avons conseillé sur ce blog, vous avez tout intérêt à produire du contenu sur Internet pour gagner en visibilité et mettre en avant votre expertise.

Facebook est un canal de diffusion idéal pour partager, facilement et gratuitement, votre contenu à une audience large, en quête d'informations juridiques.

### 3.3) Vous profitez d'un canal de communication pour votre cabinet

Facebook est un moyen simple de partager l'actualité de votre cabinet. Par exemple votre participation à des événements publics, conférences, salons ou encore votre présence lors de séances de consultations gratuites (organisées par votre Barreau, une association, etc.).

Profitez également du réseau pour partager vos publications dans la presse, articles mais aussi vos éventuelles interviews.



Le cabinet Capstan Avocats utilise Facebook pour relayer son actualité, tel que le lancement d'une application sur l'actualité du droit social ou l'ouverture d'un nouveau bureau.

#### Le respect de la déontologie de la profession

En utilisant votre page Facebook, restez vigilant sur le bon respect de la déontologie de votre profession d'avocat (interdiction de démarchage, non citation du nom des clients, délicatesse et dignité...).

Attention aux informations que vous partagez et au bon respect du cadre législatif (notamment les droits d'auteur). Un petit coup d'oeil aux Conditions d'utilisation de Facebook ne seront pas non plus de luxe pour vous renseigner.

Soyez particulièrement attentifs lors de vos échanges, notamment avec vos clients, via la plateforme. En effet, vous n'êtes pas à l'abri de commentaires négatifs de clients mécontents. Une situation difficile à gérer pour un avocat, avec le **risque de briser le secret professionnel** en échangeant publiquement.

#### 4) Nos conseils lors de la création de votre page Facebook

La création d'une page d'entreprise sur Facebook est entièrement gratuite. La mise en place est facile à réaliser si vous suivez les instructions données par la plateforme. Il existe également de nombreuses pages d'aide à votre disposition.

Nous avons cependant souhaité énumérer quelques conseils à votre attention avant de vous lancer :

- N'oubliez pas de **personnaliser la page**, c'est-à-dire d'ajouter une photo de profil ainsi qu'une photo de couverture. Comme sur votre fiche sur une plateforme de mise en relation, la photo est un élément crucial pour capter l'attention et vous différencier ;
- Assurez vous que **vos informations de contact sont bien à jour** pour qu'on puisse facilement vous contacter, avec un lien vers votre site ou votre fiche sur mon-avocat.fr si vous en avez une ;
- Vous avez la possibilité d'**ajouter des utilisateurs supplémentaires à votre page**, avec la possibilité de déléguer certaines actions, par exemple à un assistant ou un chargé de communication ;
- Sachez également que **vous pouvez désactiver la fonctionnalité de contact via Messenger**. Cela peut être une bonne idée lors de votre prise en main de la page, pour vous éviter trop de pression. Tout de même, Messenger est un moyen de capter des clients, donc à ne pas négliger.

Vous avez décidé de créer une page Facebook pour votre cabinet ? Expliquez-nous dans les commentaires ce qui vous a fait sauter le pas et partagez avec vos confrères les succès qui ont suivi !

## II) Facebook mon compte avocat : pourquoi être actif ?

**2 milliards, 436 millions et 310 millions**, ces chiffres représentent le nombre d'utilisateurs mensuels sur respectivement **Facebook, Twitter et LinkedIn**. Une [étude de Statista](#) nous montre que **58,4 % de la population mondiale utilise les réseaux sociaux**.

Si ces réseaux ont révolutionné les rapports sociaux, ils ont aussi profondément transformé les stratégies marketing de tous les acteurs économiques. En effet, selon les chiffres de 2022, LinkedIn est garant de plus de 50% du trafic social sur sites web et blogs B2B. Si on les prend ensemble, **Facebook, LinkedIn et Twitter représentent en tout et pour tout pas moins de 90 % du trafic social**, dont plus de la moitié vient de LinkedIn. Selon des sondages, ainsi, 92 % des marketeurs B2B utilisent LinkedIn dans leur stratégie marketing, 76 % Facebook. Tous ces chiffres pour vous expliquer pourquoi votre présence à vous, avocats, est indispensable sur Facebook en 2022 !

Vous avocats, bien que vous bénéficiiez d'un statut économique particulier du fait de vos obligations déontologiques et de votre participation au bon fonctionnement du Contrat Social, êtes aujourd'hui confrontés à la nécessité de trouver de nouveaux dossiers. Et surtout de mettre en avant votre expertise sur internet et sur les réseaux sociaux. Concurrencés par des forums participatifs, vous vous devez de montrer que votre métier ne peut pas être remplacé aussi facilement !

Les réseaux sociaux peuvent donc constituer un formidable outil de communication : ils sont le pont qui vous relie avec vos **clients**, mais aussi avec vos **collaborateurs, associés, l'ensemble de votre réseau**. Être sur Facebook, plus particulièrement, car il s'agit là du thème de notre article, est crucial. Il s'agit en effet d'une audience immense, de particuliers et de professionnels, une base de prospects idéale pour vous, avocats. **Avocats, pourquoi être actifs sur Facebook ?**

**Facebook est un excellent outil de communication pour les avocats. Il permet d'accroître votre visibilité, de tisser des liens avec votre réseau de connaissances. D'autant plus qu'il constitue une bonne vitrine pour votre activité professionnelle d'avocat. Votre cabinet d'avocats peut utiliser Facebook, enfin, pour se faire connaître rapidement.**

En France, il y a **40 millions d'utilisateurs actifs par mois sur Facebook en 2022**. Au niveau mondial, [le géant des réseaux sociaux dépasse le seuil des 2 milliards d'utilisateurs actifs](#), avec à ce jour plus de 2,91 milliards d'utilisateurs mensuels actifs, renforçant encore plus sa place de leader sur le marché. Et non, même si la montée en flèche d'autres réseaux sociaux, tels que Tik Tok, Instagram ou Twitter, qui ont connu une croissance fulgurante ces dernières années, notamment grâce à la crise sanitaire liée à la Covid-19, Facebook reste un réseau social en pleine expansion.

**1 Français sur 2 est présent sur le réseau social de Mark Zuckerberg** et c'est en soi une raison suffisante pour votre cabinet de communiquer via ce média. Votre présence sur un réseau social utilisé par tous les professionnels est, de fait, presque obligatoire !

Mais plus qu'une masse informe d'internautes, Facebook est un **outil de référencement extrêmement efficace**, un moyen simple de **façonner votre E-réputation** et une **vitrine publicitaire très performante**.

En tant que client, ne suivez-vous pas **l'actualité des marques, des sites d'information qui vous plaisent et dans lesquels(Iles) vous vous reconnaissez ?** C'est exactement la même chose pour vos clients. Ils ont besoin de voir que vous "existez" sur Internet, de sentir qu'il est facile d'entrer en contact avec vous. C'est en quelque sorte une façon d'humaniser le métier d'avocat, de sentir que **vous êtes là pour défendre leurs intérêts et non pas simplement pour faire fonctionner votre cabinet**.

## 1) Comment améliorer votre référencement avec Facebook ?

Lorsque vous lancez une recherche sur Google par exemple, les pages Facebook liées à cette recherche sont toujours dans les premiers résultats. Cerise sur le gâteau, c'est gratuit ! Profitez de cette opportunité pour avoir une vitrine optimisée de votre activité.

Maîtriser les premières pages de votre référencement Google est primordial car c'est la première chose que verront les justiciables potentiellement intéressés par votre profil. Cela vous permettra de vous affirmer comme **un avocat crédible et rassurera les internautes**.

## 2) Vous voulez travailler votre notoriété ?

Facebook vous permet de vous rapprocher de vos clients, de les tenir au courant de votre actualité, de vos publications, de vos réactions face à l'actualité. Ils peuvent aussi interagir avec vous et vous donner leur avis, autant sur vos prestations que sur les articles que vous pouvez proposer.

Une page Facebook animée et intéressante est un facteur supplémentaire pour un client de vous choisir. Cette page vous permettra de donner une vitrine à la **pertinence de votre expertise et de vos conseils**, rassurant ainsi votre futur client. Vous vous positionnez sur Facebook comme **expert dans votre domaine d'expertise**.

Cela permet également à vos confrères - dans une moindre mesure car ils utilisent plus spontanément LinkedIn dans le cadre d'une utilisation professionnelle - d'être au courant de **vos actualités** et de **vos points de vue sur l'actualité juridique**. Profitez de cette mise en avant pour être à l'origine d'articles communs, pour créer des partenariats avec vos confrères. Votre audience, sur Facebook est double : vous parlez à vos confrères, spécialistes eux aussi et à vos prospects, qui apprennent de vos publications.

### 3) Facebook : comment vous faire connaître ?

Même si c'est une pratique toujours peu courante, les avocats sont autorisés à faire de la publicité en ligne grâce à la [loi Hamon de 2014](#). Cette **loi sur la consommation, promulguée le 17 mars 2014 a pour but de renforcer les droits des consommateurs**. Ainsi, le démarchage d'une nouvelle clientèle est facilité, si tant est que vous mettez en œuvre une **stratégie publicitaire efficace**.

Facebook permet un **ciblage très précis (âge, sexe, localisation, centres d'intérêt,...)** et une gestion de vos dépenses bien pensée. En effet vous ne payerez qu'au **nombre de clics**, c'est-à-dire uniquement si votre annonce est **efficace et qu'elle génère des visites**. Si la publicité est simplement vue, vous ne paierez pas dans le cadre d'une stratégie publicitaire au Coût par Clic.

Facebook est donc un outil très puissant qui peut vous permettre de développer considérablement votre activité et votre réputation à moindre frais. A vous de développer votre présence en ligne grâce aux outils simples qui sont à votre disposition.

*Vous voulez en savoir plus sur l'utilisation de Facebook et avoir des conseils pratiques pour développer votre page et booster votre audience ? Inscrivez-vous à notre newsletter pour être au courant de la sortie de notre Guide des Réseaux Sociaux et du SEO pour les avocats dans les prochaines semaines !*

### III) Comment créer une page facebook pour son cabinet d'avocats ?

Vous êtes avocat et vous avez maintenant une [visibilité sur LinkedIn](#) ? C'est génial car ce réseau professionnel est indispensable pour vous. Cependant, avocats, quand est-il de votre présence sur Facebook ? Une visibilité sur Facebook est un élément clé de votre présence numérique. Sur Facebook, par jour, près de 2 milliards d'internautes se connectent. Ces utilisateurs uniques se connectent avec leur famille, leurs amis, recherchent des services ou des produits mis en vente sur Facebook. Dans tout cela, selon les statistiques Facebook, plus de 1290 avocats ont rejoint la célèbre page [Facebook Avocats entre nous](#), qui a passé la barre des 10 000 membres à ce jour ! Facebook est donc un [réseau social](#) dont le rôle dépasse celui de connecter des personnes entre elles. Facebook est aussi générateur d'opportunités pour le cabinet d'avocats qui sait s'en servir. Avocats, comment créer une page Facebook pour son cabinet d'avocats ?

Optimiser sa page facebook professionnelle, lorsque l'on est avocat passe par plusieurs améliorations, à la portée de tous. Les critères de visibilité sur Facebook sont :

- Une photo de profil convaincante.
- Une photo de couverture transparente.
- Une bonne introduction, pas trop longue.
- Et votre création de contenu sur Facebook.

## 1) Ma photo de profil Facebook est-elle professionnelle ?

Votre photo de profil Facebook est visible par tous. Elle est publique. Lorsque vous publiez dans un groupe d'avocats, la première chose que les internautes voient de vous est votre photo de profil. Pour votre cabinet d'avocats, certes, vous pouvez passer par un photographe professionnel qui vous garantira un résultat irréprochable. Cependant, il est tout à fait possible de prendre la photo vous-même, du moment que ce n'est pas un selfie bas de gamme !

Etant donné que Facebook est un réseau un peu moins axé professionnel, comme LinkedIn, votre photo de profil peut être un peu plus décontractée. Mais il y a des règles très simples à respecter ! Veillez en effet à garder une attitude sérieuse, qui rende compte de votre professionnalisme dans l'exercice de votre profession. Exit, bien évidemment, les photos de profil avec votre animal de compagnie, vos amis ou votre famille.

**Bon à savoir : vous pouvez utiliser des logiciels comme [Profil Pic Maker](#) qui vous aideront à prendre une belle photo de profil.**

Voici plusieurs critères pour avoir une photo Facebook de qualité :

- Ayez une photo de profil qui inspire confiance à votre prospect.
- Ayez une photo de profil nette, qui ne soit pas floue.
- Transmettez vos valeurs dans votre photo de profil.

Oubliez donc les photos de profil dont le cadre n'est pas professionnel (photo sur la plage, photo dans un bar). Privilégiez la qualité et la transparence de votre photo de profil, vitrine de votre activité professionnelle.



## Points clés à retenir :

Voici les actions que vous devez réaliser pour votre photo de profil Facebook :

- Mettez sur la transparence de vos valeurs.
- Mettez sur la qualité de votre photo de profil (non pixelisée, nette).
- Votre photo de profil est le premier élément de votre profil que le prospect voit.

## 2) Comment convertir grâce à la page de couverture ?

Si vous êtes avocat, vous avez intérêt à avoir une page professionnelle dédiée à votre cabinet d'avocats. La page de couverture et la description font partie des éléments essentiels qui vont distinguer une bonne page facebook d'une moins bonne page facebook. En effet, à l'instar de la photo de profil, la photo de couverture est elle aussi publique sur Facebook. En fin de compte, avocats, votre page Facebook est la carte de visite de votre cabinet !

Votre photo de couverture Facebook va servir à vous représenter visuellement. Il est donc très important d'énoncer clairement qui vous êtes et ce que vous faites au prospect. Vous pouvez le faire sur Facebook sous format vidéo ou sous forme de texte.

Pour être agréable à voir et intéressante, la photo de couverture doit comporter plusieurs éléments. Lesquels ? En voici une courte liste :

- **Un visuel agréable et professionnel : des outils de création, tels que [Canva](#), peuvent vous aider afin de faire parler visuellement votre activité d'avocat.**

- **Le nom de votre cabinet d'avocats dans une police lisible et adaptée à votre bannière.**
- **851 x 315 pixels : c'est la taille recommandée pour votre photo de couverture Facebook.**
- Un logo de votre cabinet d'avocats.

N'oubliez pas qu'en fonction du support (écran du bureau, smartphone, tablette), votre photo de couverture ne s'affiche pas de la même façon. La taille recommandée est idéale pour tout type de support.

**Points clés à retenir :**

- Créez une relation de confiance avec votre prospect grâce à votre photo de couverture.
- Taille recommandée pour votre photo de couverture : 851 x 315 pixels.
- Facebook est votre carte de visite pour la visibilité de votre cabinet d'avocats.

### 3) Votre introduction Facebook : votre cv ?

Il est important de mettre à jour régulièrement vos informations personnelles sur Facebook. La description de votre cabinet d'avocats s'effectue dans la section "A propos" de votre profil.

Facebook vous permet de communiquer à vos prospects et de fidéliser vos clients déjà existants. N'hésitez surtout pas, grâce aux posts et aux stories Facebook, à communiquer sur votre activité d'avocat. Voici une liste de tous les aspects de votre profession sur lesquels vous devez communiquer pour avoir un bon profil Facebook :

- **L'actualité de mon cabinet d'avocats.**
- **Les publications d'articles sur mon site avocat.**
- **Les offres de mon cabinet.**
- **Sans oublier l'actualité du ou des secteur(s) d'activité de mes clients.**

**Points clés à retenir :**

- Ne garder que les informations essentielles à la visibilité de votre cabinet d'avocats.
- Mettez à jour régulièrement vos informations personnelles sur Facebook.
- La section "A propos" n'est pas à négliger pour le référencement de votre cabinet.

Somme toute, 3 critères feront de votre profil Facebook un générateur de leads et contacts, avocats : un profil dont les sections sont alimentées régulièrement, une communication variée et un contenu accessible pour les justiciables.

## IV) Comment prospecter sur mon compte facebook d'avocat ?

Nous avons vu quelles sont les raisons pour lesquelles votre présence sur les réseaux sociaux, avocats, était fondamentale. Notamment sur LinkedIn et Facebook, les plus puissants des réseaux sociaux. Un compte Facebook bien entretenu vous assure de la visibilité auprès de vos prospects et de vos clients déjà existants. Facebook est un réseau social très utile qui vous permet de vous faire connaître par un public étendu et varié. Mais aujourd'hui, nous allons voir comment faire de la prospection via votre compte facebook d'avocat. Vous pouvez prospecter grâce à votre compte professionnel à vous ou grâce à votre page facebook. Vous vous adressez sur facebook, à la différence de LinkedIn (B2B), à des consommateurs (B2C). Apprenez avec nous à maîtriser les codes des publications facebook afin d'attirer le maximum de leads possibles. **Comment prospecter sur mon compte facebook d'avocat ? C'est ici.**

Prospecter, c'est toute une organisation. Tout d'abord, il vous faut savoir à qui vous adressez votre discours. En effet, vous vous adressez à des consommateurs. Vous n'aurez donc pas la même façon de communiquer ni le même contenu que sur votre page LinkedIn par exemple, davantage tournée vers des professionnels. Tout d'abord, une bonne connaissance de votre prospect est indispensable à une bonne communication client. Votre relation clientèle ne s'en trouvera que grandie ! Nous verrons que Facebook est un outil qui offre de nombreuses excellentes opportunités en stratégie business. Ne négligez pas votre présence en ligne sur Facebook, avocats.

## 1) Organiser sa page facebook pour prospecter ?

Le lien vers votre blog d'avocats

Une page facebook est excellente pour communiquer indirectement à tous vos prospects et clients sur l'activité de votre cabinet d'avocats. Tout d'abord, j'insère un lien vers mon blog d'avocats si j'en ai un sur ma page facebook. Cet élément est important dans votre stratégie marketing pour la notoriété de votre cabinet d'avocats.

Ensuite, de courtes publications, illustrées de photos préférablement, pour faire connaître le site web de votre cabinet montrera au prospect que vous vous intéressez à lui. En contrepartie, lui se montrera disponible pour lire vos publications et, avec un peu de chance, pour les commenter. Cela augmente votre trafic et favorise votre bon référencement sur facebook. Grâce aux publications sur votre page facebook, attirez son attention et faites-le se questionner sur vous et sur les services que vous proposez. Publier aussi des posts sur vos domaines de droit, afin que vos prospects et vos clients puissent les comprendre est aussi un outil de marketing très efficace.

## 2) Optimisez votre page d'entreprise facebook

Avant que vous payiez pour faire de la publicité sur facebook, il faut que vous optimisiez au maximum votre page d'entreprise Facebook. Votre page doit être riche en contenus multimédias afin de susciter l'intérêt de vos prospects. Mais quels sont les éléments que vous devez à tout prix inclure dans votre page d'entreprise Facebook :

- Une photographie professionnelle de vous et du personnel de votre cabinet d'avocats.

- Des photographies de votre espace de travail professionnel (intérieur ou extérieur)
- Un contenu de haute qualité : vidéos, articles de blog, articles de presse, des FAQ, des ressources.
- Des questions et enquêtes pour interagir avec votre public cible.
- Une description des services que votre cabinet d'avocats fournit.

Vous aurez besoin d'un contenu qui donne envie d'aller sur votre page web d'avocat. Ne négligez pas ces éléments clés. Ils permettent de créer une relation de confiance avec votre audience sur facebook. Pour savoir si votre communication client est la bonne, nous vous invitons à aller dans vos statistiques concernant les publications pour savoir ce qui a marché et ce qui a suscité le moins de trafic. Les éléments à prendre en compte sont :

- Le nombre de "couvertures".
- Le pourcentage d'interactions généré par votre publication Facebook.

Points clés à retenir :

- **Orientez votre contenu vers du visuel.**
- **Soyez transparent sur votre compte facebook cabinet d'avocats.**
- **Votre page facebook professionnelle doit contenir un lien vers votre site internet pour plus de visibilité de votre cabinet d'avocats.**

### 3) Comment connaître son prospect ?

Cibler son prospect avec les outils Facebook

Sur Facebook, il y a selon les chiffres de la fin de l'année 2021, environ 40 millions d'utilisateurs actifs mensuels en France. Mais il existe des moyens simples pour découvrir qui est allé sur votre profil facebook :

- Audience Insights sur la barre outils de votre profil : cet outil vous permet d'en savoir plus sur le profil des personnes qui visitent votre page.
- Facebook Pixel, à partir de votre Facebook Business : une fois cette option activée, vous aurez accès aux données des utilisateurs qui viennent visiter votre page. Vous pourrez facilement les cibler.

- Critères de ciblage des utilisateurs ayant visité votre page facebook : l'heure, manière dont ils sont tombés sur vous, entreprise, autres pages visitées.

#### Ciblage démographique et géographique

Vous pouvez ratisser en grand qui sont les prospects réellement intéressants, selon les données sur les utilisateurs que vous fournit Facebook :

- Age
- Localisation géographique
- Genre
- Langues parlées
- Centres d'intérêts
- Etudes

Votre choix de ces options-là pour les données démographiques et les emplacements géographiques va faire une estimation du nombre de personnes que vous pouvez cibler.

Points clés à retenir :

- **Regardez l'âge, la localisation, les langues, le genre et les intérêts de votre prospect via votre page Facebook.**
- **Il y a 40 millions d'utilisateurs facebook mensuels.**

## V) Comment créer la publicité facebook de mon cabinet d'avocats ?

Votre présence sur Facebook est nécessaire. Nous avons vu les raisons pour lesquelles votre présence active sur les réseaux sociaux est importante. Facebook, notamment, est indispensable à votre activité professionnelle. Vous savez comment cibler votre prospect idéal et comment attirer son attention grâce à des publications innovantes. A présent, nous vous proposons de découvrir comment organiser la publicité de votre cabinet d'avocats sur

Facebook. Pas besoin d'être un expert dans le domaine des réseaux sociaux pour construire une stratégie marketing efficace pour son entreprise sur Facebook. Il suffit de connaître les petites astuces qui feront que votre page facebook se démarquera des autres pages d'avocats.  
**Comment organiser la publicité facebook de mon cabinet d'avocats ?**

## 1) Comment créer une publicité facebook ?

Vous pouvez utiliser les publicités facebook lorsque vous savez exactement quelle réaction vous souhaitez susciter chez votre prospect. La première question à se poser pour créer une publicité innovante est la suivante : quel est le résultat que je vise ? Vos objectifs sont d'ailleurs les premiers éléments que vous devez préciser lorsque vous allez sur votre "Gestionnaire de publicités" sur votre compte facebook.

Si vous avez un objectif de notoriété : augmentez votre notoriété générale en diffusant votre publicité aux prospects les plus susceptibles de leur accorder de l'attention. Vous pouvez choisir de diffuser votre publicité au plus grand nombre de prospects au sein de votre audience. Ou bien vous pouvez uniquement sélectionner les futurs clients qui sont près de vous.

### **Points clés à retenir :**

- **Quelle action je souhaite provoquer chez mon prospect ? (inscription à la newsletter, appel, etc).**
- **Sélectionnez votre objectif dans le "Gestionnaire de publicités" sur votre compte facebook.**

## 2) Quel format de publicité facebook privilégier ?

Après avoir déterminé l'objectif de votre publicité sur Facebook, voyons un peu les différents formats de publicités Facebook que vous pouvez exploiter :

- **Objectif de vente en catalogue : carrousel, collection ou photos.** Les publicités dynamiques vous permettent une publicité optimale pour votre cabinet. Vous pouvez y insérer du contenu visuel qui incitera votre prospect à en savoir plus sur vous, vos

domaines de droit, vos offres. Cette option, vous pouvez la choisir dans la section : "Format" de votre publicité.

- Objectif de génération de prospects pour votre cabinet : vous pouvez utiliser n'importe quel format combiné à un formulaire prospect. Grâce au formulaire prospect, vous allez générer des prospects qualifiés pour votre cabinet d'avocats. Vous allez fournir aux internautes une façon très simple d'obtenir des renseignements, recherchés, même sur leur mobile.

Le formulaire prospect est une mine d'or. En effet, le prospect va appuyer sur votre publicité. S'affiche alors pour lui un formulaire avec ses données personnelles déjà remplies et prêt à vous être envoyé. Ceci va vous faciliter la génération de prospects. Pour le prospect, c'est un gain de temps. Même sur un petit écran, votre prospect pourra facilement vous transmettre ses coordonnées. Le formulaire prospect présente de multiples avantages pour vous :

- Un suivi rapide de vos prospects : grâce à l'ajout de questions personnalisées et aux publicités dynamiques, cet outil va vous permettre de générer des prospects.
- Trouver des prospects de qualité : offrez la possibilité de vous appeler à votre prospect, après que votre prospect ait rempli le formulaire, envoyez-lui un mail pour lui proposer un rendez-vous qui lui convienne.

### 3) Comment organiser un bon formulaire prospect ?

Il y a plusieurs étapes de création d'un bon formulaire prospect :

- Réflexion : posez les bonnes questions à vos prospects. Mettez en premier les informations les plus importantes pour vous.
- Intégration à votre CRM : vos nouveaux prospects peuvent être synchronisés avec votre outil CRM pour une meilleure visibilité de votre future clientèle.
- Adaptation du formulaire : les publicités à formulaire facebook se manifestent sous plusieurs formes : abonnement à votre newsletter, inscriptions à des événements ou à vos conférences, etc.
- B2B : ajout d'une option "Cliquer pour appeler" pour faciliter la prise de contact avec vous pour votre prospect. Cette astuce est particulièrement pratique en B2B.

Si vous respectez ces étapes, vous créerez une publicité facebook allant dans le sens de vos objectifs et cohérente avec l'image de votre cabinet d'avocats.



## **Points clés à retenir :**

- **Objectif de vente en catalogue : les carrousels et le format photos sont à privilégier.**
- **Objectif de génération de prospects : utilisez le format de publicité facebook: formulaire prospect.**
- **En B2B, intégrez un bouton “Cliquer pour appeler” pour faciliter une action de la part de votre prospect.**

## **4) Comment faire en sorte que ma publicité Facebook se démarque ?**

Certes, il est beau de savoir à présent comment faire la publicité de son cabinet sur Facebook. Maintenant, comment se démarquer des autres cabinets d'avocats sur les réseaux sociaux ?

- **Montrez la valeur unique de votre publicité : vous devez insister sur les avantages de votre cabinet par rapport aux autres cabinets d'avocats. Qu'est-ce qui vous rend unique ? (votre expérience, vos domaines de droit, etc).**
- **Allez droit au but ! Faites le plus court possible pour ne pas perdre votre audience. Il faut que vos questions restent claires et compréhensibles à premier coup d'œil.**
- **Respectez l'image de votre marque : vous avez une marque, une image. Vous devez refléter les valeurs de votre cabinet d'avocats pour personnaliser votre publicité Facebook au maximum.**

En B2B, la publicité facebook est très importante pour votre notoriété et pour l'image de votre marque. La génération de prospects est également

## **Points clés à retenir :**

- **Mettez en avant la valeur unique de votre cabinet d'avocats.**
- **L'image de votre marque est très importante (logo, devise, valeurs).**

**Conclusion :** Avocats, vous savez maintenant comment organiser la publicité facebook de votre entreprise. Vous pouvez réutiliser nos conseils sur le formulaire prospect pour les autres réseaux sociaux, comme Instagram, où vous pouvez aussi réaliser ce format de publicité. Soyez à l'écoute pour nos prochains conseils en présence digitale. C'est à vous de jouer !