

CONSEILS POUR UN BON USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Sur vos réseaux sociaux, il y a d'un côté ce que vous produisez et de l'autre ce que les autres produisent pour vous et que vous pouvez vous approprier, via les partages et les retweet.

Pour inspiration :

1

Vous pouvez retrouver ci-dessous un calendrier recensant les événements jour par jour tout au long de l'année.

https://www.danstapub.com/calendrier-2020-marronnier-evenements-community-managers/?fbclid=IwAR0RH7kv5GC_NJZ46Vu5FT1ng_OAq5TPAzZ20GeFfufWIOoKYQLGz9oDZB4

Cela vous permettra notamment de trouver des accroches à vos posts. Exemple : 1er juin journée des parents, accroche pour un post sur la médiation familiale

2

Ci-joint vous trouverez les différents comptes réseaux sociaux de l'Alliance Française de Paris afin d'avoir un exemple de publications institutionnelles. Ce compte respecte bien les différents codes (usage des emojis, titres, régularité des publications, etc.). Vous noterez notamment les différences de tons employés en fonction des comptes tout comme la variété des contenus adaptés aux plateformes.

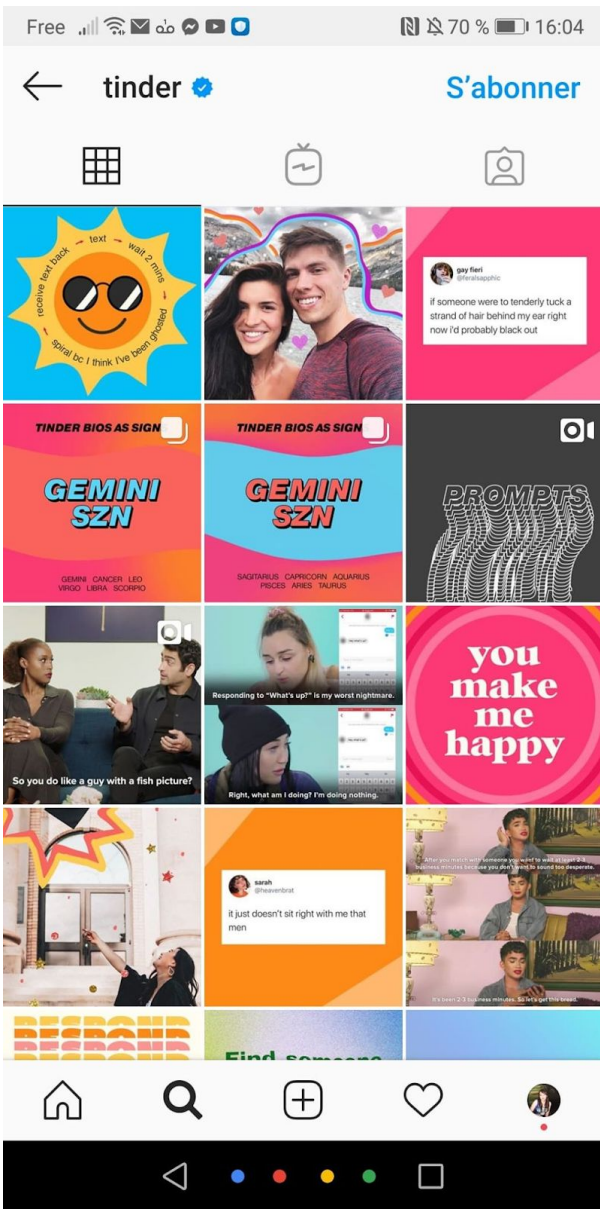
Facebook : <https://www.facebook.com/Alliance.francaise.Paris>

Instagram : https://www.instagram.com/alliance_francaise_paris/?hl=fr

Twitter : <https://twitter.com/alliancefrparis> (ici vous pourrez notamment voir comment retweeter du contenu afin d'alimenter votre propre page)

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/alliance-fran-aise-de-paris-ile-de-france/>

3



Pas de visuel ? Pas de problème ! Beaucoup de comptes instagram se servent de visuels minimalistes et faciles à réaliser pour créer leurs publications. Il peut s'agir d'une capture d'écran de post ou d'une phrase sur fond coloré comme le fait par exemple Tinder.

Comment donner de la visibilité à son post ?

Retrouvez l'intégralité des informations ici :

<https://news.chastin.com/les-meilleurs-moments-pour-poster-sur-les-medias-sociaux-en-ce-moment/>

→ Poster régulièrement

Instagram : une fois par semaine (sans stories)

LinkedIn : deux fois par semaine (relais d'informations autour de la médiation)

Facebook : à chaque nouvelle information sur les événements

Twitter : 2-3 fois par semaine (si vous n'avez pas votre contenu, partagez d'autres contenus, post faits par des partenaires, article de presse, etc.)

→ Choisir son moment pour poster :

Facebook : les meilleurs moments pour poster sur Facebook sont lundi, mercredi et vendredi de 10 à 11 heures

Instagram : lundi, mardi et vendredi à 11 heures et mardi à 14 heures sont les meilleurs moments pour poster sur Instagram. Aujourd'hui, les utilisateurs d'Instagram sont très actifs le week-end de 9h à 17h

N'importe quel jour/heure peut être un bon moment pour poster sur Instagram, tant que c'est avant 18 heures.

Twitter : mercredi et vendredi, de 7h à 9h

LinkedIn : mercredi à 15 heures, jeudi à 9-10 heures, vendredi de 11 heures à midi.

→ Poster des contenus qualitatifs (qualité des photos, posts sans fautes, information intéressante, etc.).

Comment faire un post qualitatif ?

La communication change en fonction du réseau social. Voici quelques conseils pour s'adapter.

→ **Pensez toujours à votre cible** lorsque vous rédigez un post. Par exemple, n'hésitez pas à faire un travail de vulgarisation sur la cible grand public et des publications plus techniques pour la cible interne.

→ Afin de savoir ce qui marche, il faut **tester les posts** auprès de votre cible et voir ce qui entraîne le plus de réactions.

→ Un bon post comprend **une seule idée**, claire, simple à comprendre, contextualisée, exhaustive. N'hésitez pas à aérer le texte pour plus de visibilité.

→ **L'identification des personnes est intéressante lorsqu'elle est justifiée**, pour interpeller et/ou mettre en valeur. Par exemple pour montrer une collaboration, lors du partage d'un article ou pour nommer le sujet d'une interview.

→ Une publication est **plus engageante si elle s'accompagne d'une photo ou d'une vidéo**, c'est une valeur ajoutée. Il faut néanmoins qu'elles soient contextualisées et en rapport avec le propos. La vidéo est plus chère/compliquée à produire mais très engageante, cependant si elle n'est pas qualitative il vaut mieux s'en passer. Bien que ce ne soit pas indispensable, l'utilisation de visuels est fortement conseillée. Sans photo il y a de grands risques que la publication passe inaperçue.

Vous pourrez trouver ici une grande quantité d'images libres de droits : <http://thestocks.im/>

ATTENTION : N'utilisez que les images gratuites, certaines des images dans cette banque de données sont payantes et donc non libres de droits.

→ D'autres outils existent sur les réseaux sociaux pour **dynamiser les publications**, par exemple les sondages. Ceux ci permettent d'augmenter le taux d'engagement de la cible, de la faire réagir. Ils permettent également une meilleure connaissance de la cible, une récolte de données. Encore une fois il faut qu'ils soient justifiés et non pas simplement racoleurs.

Un # Kézako ?

Concernant le hashtag :

Combien max ? et comment les choisir ?

Les # sont des **mots clés cliquables** qui vont permettre à n'importe quel utilisateur de trouver toutes les publications qui lui sont associées. Donc tout ce qui concerne la semaine de la médiation doit être rattaché à un # afin de centraliser l'information.

Donc, le **#semainedelamediation** devra accompagner **TOUTES les publications sur tous les réseaux**. Attention, pas d'accent, pas d'espace sinon le # ne marchera pas.

Associé à ce #, un deuxième peut être ajouté, **#CollectifMediation21** pour une mise en valeur de l'organisation, son utilisation est moins impérative.

Vous pouvez aussi utiliser des # plus généraux pour brasser plus large, exemple #mediation ou encore #mediationculturelle ainsi toutes les personnes cherchant des contenus autour de ces thématiques retomberont sur vos publications.

Votre entité est une base et le # fait le relais entre les champs lexicaux qui vous concernent et votre activité : champ lexical de la médiation familiale, nom de la ville où se passe l'événement, partenaires...

Attention cependant, **pas plus de 3 # par publication**, il ne faut pas alourdir les posts. Certains supports comme Instagram s'y prêtent bien, sur d'autres comme twitter où les caractères sont limités, essayez de vous limiter au #SemainedelaMediation.

Boîte à outils pour réseaux sociaux

→ J'ai besoin de photos libres de droits :

[Shutterstock](#)

[Pixabay](#)

[Istock](#)

→ J'ai besoin de créer des visuels (Si vous êtes à l'aise en informatique)

[Crello](#) : plateforme de création de visuels fixes et animés pour les réseaux sociaux

[Canva](#) : plateforme de création de visuels

→ J'ai besoin de trouver des mots clé

[Answer The Public](#) : moteur de recherche inversé. On entre un mot clé et on a les questions les plus fréquemment posées avec ce mot

→ Pour Instagram : J'ai besoin de planifier mes publications sur Instagram

[Later](#)

→ Pour Instagram : J'ai besoin de trouver des HashTags :

[FindTagz](#)

→ J'ai besoin de personnaliser mes liens :

[bit.ly](#) : site pour raccourcir et personnaliser les liens URL, c'est pratique lorsque les url sont très longues, notamment sur twitter

→ J'ai besoin de modifier le format de mes documents (passer d'un pdf à un jpg ou autre):

[Ilovepdf](#)