



RÉSEAU
DEMAIN
LE QUÉBEC

COMMENT...

Utiliser les médias
sociaux pour faire
rayonner son initiative



FONDATION
DAVID SUZUKI

Conseils pour l'utilisation de Facebook

La création d'une page ou d'un groupe Facebook est un excellent moyen de s'engager et de communiquer avec votre communauté. Vous pouvez publier des mises à jour régulières, "aimer" d'autres pages et répondre aux commentaires ou messages postés.

Le choix d'un groupe ou d'une page dépend de l'objectif que vous souhaitez atteindre. Réfléchissez à ce que vous attendez de Facebook. La communauté est plus engagée dans un groupe Facebook, mais le recrutement est plus facile sur une page. Si vous souhaitez disposer d'un espace pour discuter des problèmes avec vos membres, créez un groupe sur Facebook. Si vous souhaitez utiliser Facebook pour la promotion et le recrutement, optez pour une page.

Vous pouvez également décider d'avoir une page et un groupe Facebook. Assurez-vous toutefois de bien faire la distinction entre les deux, pour ne pas créer de la confusion.

Démarrez un GROUPE (privé ou public) sur Facebook si...	Démarrez une PAGE publique Facebook si...
Votre communauté aspire à un endroit où elle peut se connecter et discuter avec les autres.	Vous souhaitez faire des annonces et des mises à jour concernant votre organisation.
Vous voulez qu'il soit principalement alimenté par le contenu des membres.	Vous souhaitez avant tout produire votre propre contenu et publier des mises à jour.
<i>Vous voulez</i> donner une image amicale de votre organisation à vos sympathisants.	Vous souhaitez établir une présence officielle et publique pour votre organisation/groupe.
Vous voulez que les membres soient informés chaque fois qu'un message est publié sur la page.	Vous souhaitez pouvoir publier sur Facebook (au lieu de publier des messages venant de vous personnellement).
Vous voulez pouvoir garder la page fermée ou privée.	Vous voulez pouvoir dynamiser ou promouvoir vos postes avec de l'argent.
	Vous désirez créer des événements qui sont liés à cette page. C'est un avantage essentiel. Les événements peuvent être un excellent moyen de partager et de promouvoir une action locale.

Pour en savoir plus:

- [Créer un groupe Facebook](#)
- [Créer une page Facebook](#)
- [Facebook, un outil pour améliorer votre visibilité](#), Réseau québécois des groupes écologistes - RQGE, 2019.

Voici quelques conseils pour vous aider une fois que votre groupe ou votre page Facebook sera opérationnel :

L'engagement est important. Plus votre contenu sera apprécié et partagé, plus les gens le verront. Assurez-vous donc que la qualité de tous vos messages est élevée, répondez aux commentaires et encouragez les gens à contribuer. Essayez de publier quelque chose au moins une fois par semaine. Dans le cas contraire, Facebook signalera votre page comme non pertinente - et montrera votre contenu à moins de personnes. Maintenez l'engagement des gens : répondez aux messages directs et aux commentaires sur les postes, encouragez les gens à contribuer, publiez un contenu de qualité. Demandez aux gens de partager.

Le contenu des publications : si vous êtes en manque d'inspiration, vous pouvez partager le contenu qui vient d'autres pages ou de chaînes d'information. Toutefois, il est également conseillé de produire son propre contenu, avec des visuels ou des photos qui proviennent de vos événements ou de vos actions. Vous pouvez suivre la règle des 80/20 : 80 % de vos messages doivent partager ce que d'autres personnes ont publié, 20 % doivent être organiques. Mais répondez toujours aux commentaires.

Tester. Faites des tests et voyez ce qui fonctionne pour vous et votre communauté. Analysez les publications qui suscitent le plus de réactions et inversement ce qui ne va pas chercher votre public.

Lorsque vous publiez :

- Ne postez que lorsque vous avez quelque chose à dire. La qualité avant la quantité. Publiez un contenu de haute qualité, intéressant et qui mérite d'être partagé.
- Vérifier vos sources !
- Les messages positifs sont généralement plus appréciés. Ne soyez pas continuellement pessimistes.
- Les images ou les vidéos sont indispensables. Publier du contenu partageable. Il doit évoquer un sentiment de votre public. Insolite, drôle, festif et mignon sont tous très partageables. Si l'aperçu d'un lien n'inclut pas d'image, vous pouvez en télécharger une.
- Les histoires personnelles peuvent avoir un grand impact. Rassemblez des histoires des membres de votre communauté.
- Les messages courts sont préférables : 2 ou 3 phrases maximums, avec seulement un lien (par exemple vers une pétition)
- Identifier les gens et les autres pages.
- Utilisez raisonnablement les émoticônes.

Pour aller plus loin, vous pourriez être intéressé à [programmer vos publications](#) ou par les publicités Facebook.

Conseils pour l'utilisation de Twitter

À la base, Twitter est similaire à l'envoi d'un texte de 280 caractères ("tweet") à tous ceux qui vous suivent - vous pouvez l'utiliser pour partager une histoire percutante, poster une vidéo convaincante ou poser une question à votre public. Vous pouvez créer des liens vers des articles importants, des mises à jour, des photos ou des vidéos, vous pouvez étiqueter des groupes et des individus et vous pouvez retweeter et répondre à des questions par le biais de tweets ou de messages directs.

Pour vous aider à créer une page Twitter, [suivez ces étapes](#).

Voici quelques conseils généraux sur Twitter pour vous aider dans votre démarche :

Soyez clair sur qui vous êtes et sur ce que vous offrez. Essayez d'être utile, original et de contribuer à une conversation. Pensez à ce qui pourrait inciter les autres à vous suivre, à ce que vous pouvez leur fournir et à ce qui vous distingue de tous les autres utilisateurs de Twitter. Il peut s'agir de vos connaissances locales ou de votre expertise sur une question particulière.

Suivez les autres utilisateurs. Chaque fois que vous choisissez de suivre quelqu'un, il recevra un courriel l'informant que vous suivez ses mises à jour. S'ils apprécient l'apparence de votre profil, ils peuvent décider de vous suivre en retour. Plus vous suivez de personnes, plus il y a de chances qu'elles vous suivent en retour. Twitter fera également des suggestions de personnes et de comptes à suivre - qui deviendront plus utiles et plus précises au fil du temps.

Interagissez avec les autres utilisateurs en utilisant la fonction @.

- Si vous mettez un point final à votre @mention, votre tweet apparaîtra dans les flux de tous vos abonnés. Dans le cas contraire, votre tweet est considéré comme une conversation et n'apparaît que dans votre flux, dans celui de la personne sur laquelle vous avez twitté et dans celui des personnes que vous avez en commun.
- Cliquez sur l'icône de la bulle pour répondre aux personnes et engager des conversations. Lorsque vous répondez, ce tweet n'est pas diffusé à tous vos abonnés, vous pouvez donc avoir des conversations en petits groupes.
- Répondez aux tweets lorsque des personnes vous @mentionnent. Reconnaissez-le et remerciez-le le cas échéant. Personne n'aime être ignoré.

- Si vous êtes actif sur Twitter, les gens vous contacteront plus souvent via la fonction @, alors assurez-vous de vérifier régulièrement vos mentions pour voir ce que les autres personnes disent de vous.

Twitter en direct. L'une des meilleures façons de twitter est en direct d'événements, tels que des rassemblements, des démonstrations ou des collectes de fonds. Tout ce qui sort un peu de l'ordinaire et que les gens pourraient être intéressés à suivre en direct. Essayez de vous assurer qu'au moins une personne tweet en direct si vous organisez ou assistez à un événement.

Soyez actif. Cela signifie que vous devez tweeter au moins quelques fois par jour. Si vous n'avez pas le temps d'écrire un tweet original, il vaut la peine d'aimer et de retweeter.

Faites connaître et promouvoir votre compte Twitter. Chaque fois que vous avez l'occasion de promouvoir votre compte Twitter, faites-le ! Ajoutez votre identifiant (votre nom d'utilisateur Twitter) aux documents imprimés, aux bas de page des courriels, etc.

Utilisez les hashtags (#). Un hashtag est simplement un moyen de regrouper des tweets sur un sujet ou un événement similaire. Si vous organisez un événement ou si vous y assistez, donnez-lui un hashtag ou vérifiez s'il en existe un. Les hashtags aideront les gens à trouver vos tweets et permettront au mouvement de se propager ou de devenir un sujet à la mode. Entre chaque hashtag, assurez-vous de mettre en espace. Par exemple : #transition #changementclimatique.

Utilisez des images autant que possible. Si vous mentionnez un événement ou une action passée, veillez à inclure une photo.

Ne faites pas de publicité excessive. Il est important de varier les mises à jour auto promotionnelles avec des liens intéressants vers d'autres blogues, tweets ou nouvelles. Essayez de suivre la règle des 80/20 : 80 % de vos messages doivent partager ce que d'autres personnes ont publié, 20 % doivent être organiques.

Gardez vos messages brefs, précis et agréables. N'utilisez qu'un seul lien par tweet. N'utilisez pas tous les caractères et limitez-vous à un ou deux hashtags. Si vous avez besoin d'ajouter des informations supplémentaires, créez un fil de discussion en répondant au tweet original.

Conseils pour l'utilisation d'Instagram

Instagram, propriété de Facebook, est l'une des chaînes sociales qui connaît la plus forte croissance et est particulièrement populaire auprès des moins de 35 ans. Il s'agit d'une application relativement simple et très visuelle, où les images et la vidéo sont essentielles.

La plateforme se compose de deux parties principales :

1. Le flux d'actualité

C'est comme votre fil d'actualité Facebook, où vous partagez des images ou des vidéos. Les messages restent en permanence sur votre profil. Vous pouvez publier jusqu'à 10 images ou vidéos dans un seul message, la durée maximale d'une vidéo étant d'une minute. Vous ajoutez une légende de texte en dessous et incluez des hashtags et des émojis.

2. Histoires ou "stories"

Ces photos sont prises en mode portrait sur votre téléphone. Ils peuvent être un mélange de photo et de vidéo, et vous pouvez y ajouter toutes sortes d'extras, du texte aux autocollants et même des effets fous et des animations GIF. Le meilleur moyen de comprendre est de regarder les histoires des autres.

Le flux est l'endroit le plus probable où vous posterez, mais pensez à utiliser les histoires pour des événements qui font une histoire intéressante, comme la visite d'un site de gestion de matières résiduelles.

Pour créer votre compte Instagram, [suivez ces étapes.](#)

Voici quelques conseils généraux sur Instagram pour vous aider dans votre démarche :

Postez régulièrement. Probablement une ou deux fois par semaine au minimum, pour commencer.

La qualité de l'image est importante. Plus c'est clair et plus c'est audacieux, mieux c'est. Il vaut mieux ne pas afficher de photos de personnes en réunion ou ayant l'air de s'ennuyer, de manquer d'inspiration ou d'avoir froid.

Soyez positif. Instagram est un lieu généralement positif, alors profitez-en. Un langage enthousiaste, des images positives et motivantes et un sentiment d'excitation et d'action sont les plus susceptibles d'intéresser ce public, pour autant qu'ils soient authentiques. Il y a également place pour le sérieux lorsqu'il est nécessaire.

Les hashtags sont importants. Vérifiez les hashtags pertinents au niveau local, voyez quels hashtags sont utilisés par d'autres organisations locales, entreprises, etc. et envisagez d'en créer un pour votre groupe local que vous utiliserez ensuite dans tous les messages.

Suivre et se faire suivre. Comme pour les autres plateformes, plus vous suivez, plus vous avez de chances d'être aperçu, surtout lorsque vous commencez. De plus, en commentant les messages locaux populaires et pertinents, vous serez davantage vu et les gens commenceront à vous suivre, il est donc très important d'être actif dès les premières semaines.

Informations sensibles et personnelles

Évitez de partager des informations sensibles ou de révéler des informations que vous ne voudriez pas voir dans un espace public comme Facebook.

Y a-t-il des choses que vous ne voulez pas qu'un secteur particulier sache ? Si oui, ne les partagez pas en ligne de manière générale, sauf dans des espaces de confiance et entre personnes de confiance.

De même, ne partagez pas d'informations personnelles sur les personnes du groupe, comme leur adresse ou leur numéro de téléphone.