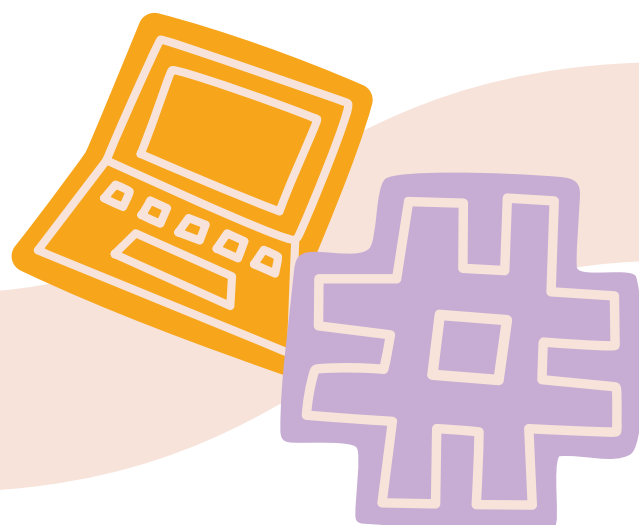


Comment utiliser les médias sociaux pour faire rayonner son initiative

Les médias sociaux sont de super alliés pour rejoindre un nombre maximum de gens, les inviter à participer vos événements et même parfois pour les inciter à s'impliquer dans votre groupe!

1. Choisir votre média social selon vos besoins	2
2. Conseils pour l'utilisation de Facebook	3
3. Conseils pour l'utilisation de Bluesky	6
4. Conseils pour l'utilisation d'Instagram	7
5. Conseils pour l'utilisation de TikTok	8
6. Outils à mettre en place pour se faciliter la vie avec les médias sociaux	8
7. Informations sensibles et personnelles	8



1. Choisir votre média social selon vos besoins

Si vous n'avez pas encore de médias sociaux ou si vous vous demandez lequel ou lesquels vous devriez choisir en fonction de vos besoins, le tableau ci-dessous devrait vous aider à faire un choix éclairé.

Il n'existe peut-être pas de solution parfaite ou qui coche toutes les cases, mais cela vous aidera à déterminer où mettre vos efforts pour obtenir le maximum de résultats.

	 Page Facebook	 Groupe Facebook public	 Groupe Facebook privé	 Instagram	 Bluesky	 TikTok
Recevoir des messages privés	●	○	○	●	●	●
Faire des publicités	●	○	○	●	○	●
Avoir un espace de discussion public	+/-	●	○	+/-	+/-	○
Avoir un espace de discussion privé	○	○	●	○	○	○
Créer des événements	●	●	●	○	○	○
Partager des articles, pétitions, liens	●	●	●	○	●	○
Augmenter sa visibilité	●	○	○	●	●	●
Faire de la veille sur d'autres comptes	●	○	○	●	●	●
Échanger avec les instances politiques	●	○	○	○	●	○
Rejoindre les 15-35	○	○	○	●	○	●
Rejoindre les 30+	●	●	●	○	○	○

2. 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.

A. Choisir le meilleur outil Facebook

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 voulez qu'il soit principalement alimenté par le contenu des membres. • Vous voulez donner une image amicale de votre organisation à vos sympathisants. • Vous voulez que les membres soient informés chaque fois qu'un message est publié sur la page. • Vous voulez créer un espace où tenir des discussions privées (groupe privé)	• Vous souhaitez faire des annonces et des mises à jour concernant votre organisation. • Vous souhaitez avant tout produire votre propre contenu et publier des mises à jour. • Vous souhaitez établir une présence officielle et publique pour votre organisation/groupe. • Vous souhaitez pouvoir publier sur Facebook (au lieu de publier des messages venant de vous personnellement). • 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. • Vous souhaitez pouvoir recevoir des messages privés

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

B. L'anatomie d'une publication réussie

Une bonne publication coche les 4 cases suivantes:

- **Elle a un objectif défini :** Une publication = 1 objectif. Cela vous aidera à être plus concis et à optimiser votre message. Voici quelques exemples d'objectifs à garder en tête : informer, éduquer, divertir, inviter, faire agir, etc.
- **Elle capte l'attention :** Souvenez-vous que vous devez accrocher les gens pour les inciter à lire VOTRE publication au milieu de toutes les autres sur leur fil d'actualité. Seule la première partie de votre publication est initialement visible, alors donnez envie à votre lecteur de cliquer sur « en voir plus ».
- Les messages positifs sont généralement plus appréciés. Ne soyez pas continuellement pessimistes.
- Les images ou les vidéos sont indispensables. Si l'aperçu d'un lien n'inclut pas d'image, vous pouvez en télécharger une.
- **Elle est intéressante :** C'est facile à dire, mais parfois plus difficile à mettre en application. Parfois, on s'emballe et on se met à écrire une dissertation complète (et qui est un peu ennuyante). Sur les médias sociaux, on préfère généralement les phrases plus courtes, des petits paragraphes et des emojis pour dynamiser le tout. Aérez votre écriture en séparant votre texte en plusieurs paragraphes pour faciliter la lecture. Les histoires personnelles peuvent avoir un grand impact. Rassemblez des histoires des membres de votre communauté.
- **Elle a un appel à l'action clair :** Dites clairement aux lecteurs ce que vous attendez d'eux après la lecture de votre publication. Voici quelques exemples d'appel à l'action pour vous aider :

Type de publication	Partage d'un événement	Partage d'un lien, ressource	Demander l'avis aux gens	Partage de faits, données	Partage de conseils, astuces
Exemple d'appel à l'action	Inscrivez-vous à l'événement Invitez vos amis à nous rejoindre pour cet événement N'oubliez pas de vous inscrire à l'événement	Cliquez ici pour en savoir plus Lisez cet article pour plus d'informations Pour la suite, cliquez ici Partagez dans votre réseau	Dites-nous en commentaire ce que vous en pensez Partagez-nous votre opinion en commentaire Quelle est votre option favorite?	Connaissiez-vous déjà ces chiffres? Qu'est-ce qui vous impressionne le plus? Laissez un j'aime pour voir plus de publications du genre	Et vous, que faites-vous pour moins gaspiller? Sur lequel de ces points tenterez-vous de vous améliorer?

C. Maintenir l'engagement sur Facebook

L'engagement est important. Le but sur les médias sociaux est de susciter de l'engagement. Ce qu'on entend par engagement est toute action que pose la personne en lien avec la publication (cliquer sur un lien, laisser un j'aime, commenter, partager, etc.). L'appel à l'action est crucial pour inciter les gens à poser une de ces actions.

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 aux messages directs 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.

Le contenu des publications. 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! 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 conseillé de produire son propre contenu, avec des visuels ou des photos qui proviennent de vos événements ou de vos actions.

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.

Soyez accueillants. Souhaitez la bienvenue aux nouveaux membres de votre groupe, répondez de manière courtoise aux commentaires. Impliquez-vous dans d'autres groupes de votre région.

Faire voyager votre publication. Identifier les gens et les autres pages concernés par votre publication. Elle apparaîtra dans leurs actions sur Facebook et sera visible par leurs ami·e·s ou abonné·e·s.

D. Pour aller plus loin

Pour gagner du temps, vous pourriez être intéressé·e à programmer vos publications ou par les publicités Facebook.

Pour faire connaître votre page, saviez-vous que vous pouvez commenter en tant que page sur les autres pages? Lorsque vous êtes sur une publication, repérez les boutons «j'aime», «commenter» et «partager» en dessous. À droite de ceux-ci, vous verrez votre photo de profil Facebook et une petite flèche. Cliquez dessus et vous aurez l'option de sélectionner votre page Facebook. Vous pouvez alors écrire votre commentaire au nom de la page! Utile pour commenter des publications d'organismes, de municipalités ou des gouvernements par exemple!

Il est parfois possible de rejoindre certains groupes en tant que page (cela dépend des paramètres du groupe en question). Vous pourriez par exemple rejoindre un groupe Facebook des citoyens de votre ville et commenter ou faire des publications au nom de votre page. Un bon moyen de vous faire connaître auprès de la population!!

Pour mieux rejoindre vos membres. Si vous avez une page ou un groupe Facebook qui s'adresse principalement à vos membres et que ceux-ci veulent être tenus au courant de vos publications, il y a de petits trucs techniques pour favoriser cela.

Sur une page Facebook, en cliquant sur le bouton «abonné», un menu déroulant s'affiche. En sélectionnant l'option «favoris», vos membres s'assureront de voir les publications de votre page dans le haut de leur fil d'actualité dès qu'ils se connectent à Facebook.

Dans un groupe Facebook, en cliquant sur le bouton «a rejoint», un menu s'affiche. Il faut ensuite cliquer sur «gérer les notifications». En sélectionnant «toutes les publications», vos membres recevront une alerte chaque fois que quelque chose est publié dans le groupe.

3. Conseils pour l'utilisation de Bluesky

Sur Bluesky, vous pouvez faire des publications de 300 caractères («skeet») à tous ceux qui vous suivent - vous pouvez y partager une histoire percutante, poster une vidéo convaincante ou poser une question à votre public. Vous pouvez publier des liens vers des articles importants, des pétitions. Vous pouvez identifier (@mention) des groupes et des individus et vous pouvez repartager et répondre à des questions par le biais de skeets ou de messages directs.

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

Voici quelques conseils généraux sur Bluesky 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 Bluesky. Il peut s'agir de vos connaissances locales ou de votre expertise sur une question particulière.

Suivez les autres utilisateur·rice·s. Chaque fois que vous choisissez de suivre un compte, il recevra une notification l'informant que vous suivez ses mises à jour et il peut décider de vous suivre en retour. Plus vous suivez de personnes, plus il y a de chances qu'elles vous suivent en retour. Bluesky 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 @.

- Dans votre publication, commentaire ou réponse, commencez par @ et le nom complet du compte la personne. Bluesky propose automatiquement une liste d'utilisateurs en fonction de ce que vous tapez.
- Une fois posté, le nom devient cliquable. L'utilisateur·rice mentionné·e reçoit une notification.

- Vous pouvez mentionner plusieurs personnes dans un même skeet. Utilisez les mentions pour poser une question, partager un contenu avec quelqu'un ou créer des conversations publiques.

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

Utilisez les hashtags (#). Un hashtag est simplement un moyen de regrouper des skeets 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 skeets 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.

Bon à savoir! Les # sont utilisés par les gens pour faire des recherches sur Bluesky. Assurez-vous de faire une recherche pour découvrir les bons # à utiliser dans votre domaine et dans votre région.

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, skeets 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 skeet. N'utilisez pas tous les caractères et limitez-vous à un ou deux hashtags.

4. Conseils pour l'utilisation d'Instagram

Instagram, propriété de Meta, est l'une des chaînes sociales qui 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 20 images ou vidéos dans une seule publication appelée « Carrousel ». Vous ajoutez une légende de texte en dessous et incluez des hashtags et des emojis.

2. Histoires ou « stories »

Ces photos sont prises en mode portrait sur votre téléphone. Ils peuvent être un mélange de photos et de vidéos, 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 "stories" des autres. Ces histoires restent affichées sur votre profil pour une durée de 24h seulement. Après quoi, vous pourrez choisir de les enregistrer sur votre profil en tant que « stories à la une » si vous souhaitez les mettre de l'avant.

Le flux est l'endroit le plus probable où vous posterez, mais pensez à utiliser les "stories" 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.
- **Tirez avantage des infographies.** Si vous ne possédez pas beaucoup de matériel photo, créez des infographies. Partagez des statistiques ou des faits concernant les enjeux qui vous préoccupent. En plus, c'est du contenu qui se partage très bien sur la plateforme.
- **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.

5. Conseils pour l'utilisation de TikTok

TikTok est une plateforme centrée sur la vidéo, particulièrement populaire auprès d'un public plus jeune, principalement âgé de 15 à 35 ans.

Voici quelques conseils généraux pour l'utilisation de TikTok :

- **Captez l'attention rapidement.** Sur TikTok, les premières secondes sont décisives. Veillez à accrocher votre audience dès le début avec une image forte, une question ou une phrase percutante.
- **Filmez toujours en format vertical.** TikTok est conçu pour le mobile. Utilisez le format 9:16 pour occuper tout l'écran.
- **Utilisez des sons populaires et tendances.** Les musiques et sons en vogue augmentent vos chances d'apparaître dans les flux de référencement. N'hésitez pas à explorer la bibliothèque sonore de TikTok pour repérer les plus utilisés.
- **Ajoutez du texte à l'écran.** Intégrer quelques mots-clés ou phrases permet de clarifier votre message, de renforcer la rétention et de garder l'attention, même sans le son.
- **Publiez régulièrement.** La régularité est essentielle. Idéalement, essayez de poster plusieurs fois par semaine pour maintenir une bonne visibilité auprès de votre audience.
- **Soyez concis et dynamique.** Les vidéos courtes (15 à 30 secondes) ont souvent de meilleures performances. Rythmez votre montage, évitez les longueurs et allez droit au but.
- **Ajoutez des hashtags pertinents.** Combinez des hashtags populaires avec des hashtags spécifiques à votre domaine pour toucher à la fois le grand public et votre audience cible.

6. Astuces à mettre en place pour se faciliter la vie avec les médias sociaux

- Créez un espace de stockage en ligne rassemblant tous les médias disponibles dans votre organisation (photos, vidéos, etc.).
- Utilisez un logiciel comme Canva pour créer des montages graphiques simples et jolis. Cela vous aidera à capter l'attention. Consultez [notre guide](#) pour vous aider à utiliser cet outil si vous en avez besoin.
- Créez un document pour y noter des idées de thématiques que vous pourriez aborder dans des publications. Notez-y vos idées lorsqu'elles vous viennent en tête pour toujours avoir une banque dans laquelle piger.
- Notez d'avance dans un calendrier les dates importantes où il y aura des communications à faire (Jour de la Terre, semaine de XYZ, inauguration de XYZ dans votre ville, etc.).
- Si vous avez une page Facebook, un groupe Facebook et un compte Instagram, liez-les afin de tout pouvoir gérer à partir de votre META Business (un seul endroit pour tout faire!).
- Utilisez un site comme EmojiCopy pour ajouter des emojis à vos publications à partir d'un ordinateur.
- Abonnez-vous à des comptes similaires au vôtre pour vous inspirer.

7. 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.