

# FAIRE CONNAITRE SON ASSOCIATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Les réseaux sociaux sont désormais un lieu essentiel pour communiquer sur les projets de son association étudiante. On y touche sa communauté mais aussi les médias et le grand public ! Voici quelques conseils pour une communication virtuelle réussie (et un peu funky).

## 1. DÉFINIR SON IDENTITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Sur quoi et comment communiquer ? Il faut que vous définissiez en amont une ligne éditoriale à laquelle vous vous référerez pour créer chacune de vos publications. Pour cela, n'hésitez pas à demander aux autres membres de l'association les informations qu'ils aimeraient trouver, à quelle fréquence ils souhaiteraient les recevoir, etc.

Vous pouvez annoncer des dates clés et valoriser vos projets du moment, revenir sur des événements que vous avez organisé ou mettre en avant un nouveau partenariat ou vos bénévoles... Soyez concis.e et incitatif.ve. Inspirez-vous de ce que font les autres associations et médias, identifiez ce qui retient votre attention ou vous plaît et tournez-le à votre sauce.

Le truc en plus ? L'humour. Si votre public est adepte de la culture internet, accrochez-le avec des jeux de mots, des références humoristiques ou carrément... des gifs.

## 2. ENGAGER UNE COMMUNAUTÉ SUR INTERNET

Pour faire réagir votre communauté sur internet, il faut tout d'abord s'assurer que le contenu que vous postez correspond bien à votre public.

Pour que votre communauté interagisse avec vous, il faut lui en laisser la possibilité. Des moyens simples permettent d'inciter à l'engagement.

- Posez une question, demandez l'avis de votre communauté. Ce sont des moyens efficaces pour susciter l'envie de commenter.

- Ajoutez un "Call to action" à la fin de vos échanges et de vos publications. Si vous parlez d'un événement, invitez vos suiveurs à s'y inscrire. Si vous vous indignez sur un sujet, renvoyez vers une pétition à signer ou un article à lire. Le "Call to action" est simplement un moyen concret d'agir.

### 3. CHOISIR LES BONS RÉSEAUX SOCIAUX

Stop aux idées reçues : communiquer sur le web ne veut pas dire être présent sur tous les réseaux sociaux. Ce n'est pas forcément intéressant pour votre asso d'avoir un compte sur Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Viadeo, LinkedIn, Google+, Vine, Pearl, etc.

La publication sur les réseaux sociaux peut rapidement devenir chronophage donc n'hésitez pas à sélectionner les outils qui seront les plus pertinents pour votre communication !

Vous ne trouverez pas le même public sur tous les réseaux sociaux. Avant toute chose, il faut vous demander quels publics vous souhaitez toucher : des étudiants, des institutionnels, la presse ? En répondant à cette question, vous pourrez plus aisément déterminer l'intérêt que vous aurez à être présent sur un ou plusieurs réseaux sociaux.

#### Ce qu'il faut retenir :

- il est difficile d'échapper à Facebook puisque c'est le réseau social le plus utilisé en France ;
- presque 40% des utilisateurs d'Instagram ont entre 16 et 24 ans.

La troisième chose à prendre en compte, c'est l'utilité que vous aurez des réseaux sociaux :

- vous souhaitez créer une communauté autour de votre asso ? Dans ce cas, Facebook semble être l'outil idéal.
- Vous souhaitez faire connaître votre projet auprès du grand public et des médias ? Pour cela, Twitter est l'outil clé.
- Vous souhaitez vous rendre crédible et sérieux vis-à-vis des entreprises ? Alors dans ce cas, pourquoi ne pas tenter vous inscrire sur Viadeo ou LinkedIn ?

### 4. COMMENT COMMUNIQUER EFFICACEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Rien de plus déprimant qu'une page Facebook dont le dernier post date de 2011. Ne laissez pas votre page vide. Si votre asso ne crée pas de contenus, vous pouvez partager des articles sur votre page. Cela ne vous prendra que peu de temps et permettra de maintenir votre page en vie.

#### PERSONNIFIEZ VOTRE COMPTE

Votre communauté virtuelle aime savoir qui vous êtes, connaître les petites anecdotes de votre association. Cela vous rend beaucoup plus humain et augmente votre capital sympathie. Donc misez sur le #off, pas forcément tous les jours, mais de temps en temps.

#### SOYEZ À L'ÉCOUTE DE VOTRE COMMUNAUTÉ

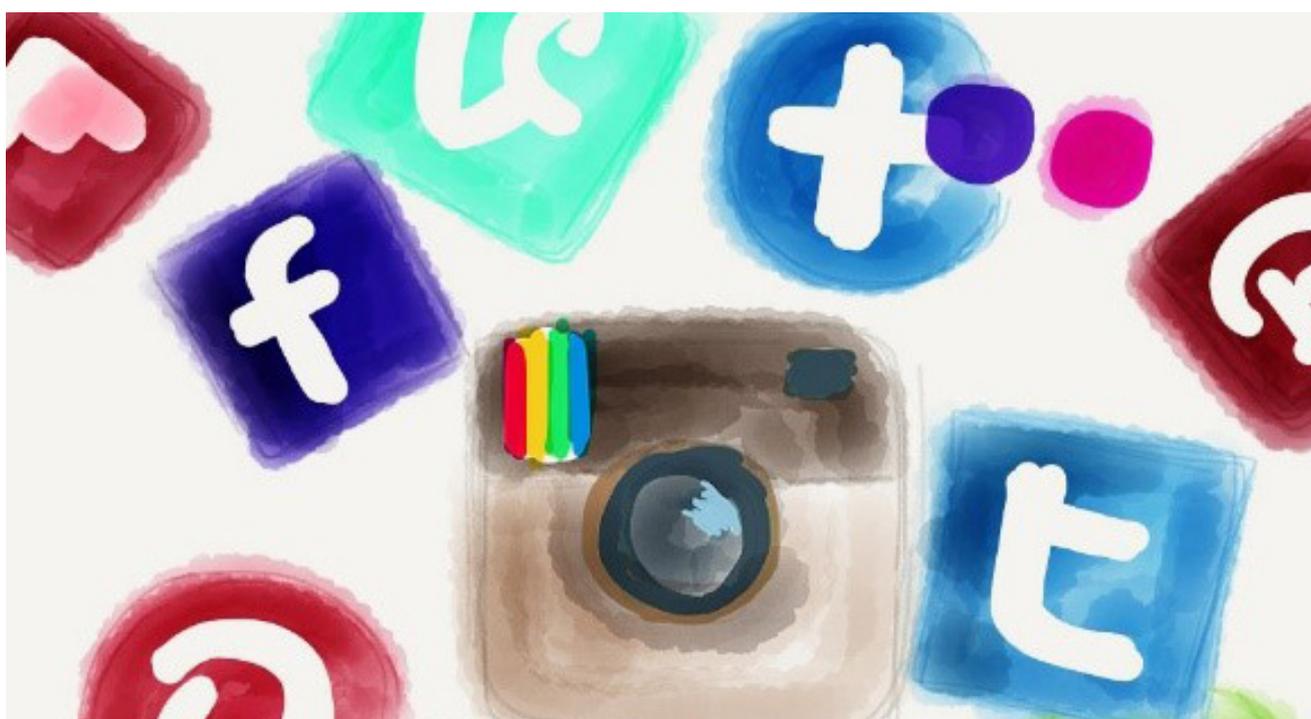
Prenez le temps d'observer le comportement des gens qui vous suivent : vous avez moins de likes le vendredi ? Le mercredi est une journée qui marche à fond pour vos tweets ? Entre 8h35 et 10h, vos publications ont peu de succès ? Après avoir fait ce constat, vous pourrez adapter votre contenu !

#### UNE RÈGLE FONDAMENTALE : L'AUTHENTICITÉ

Dites la vérité, rien que la vérité. Concentrez vos posts sur des portraits de vos membres, de vos bénévoles, des partenaires que vous rencontrez, etc... Qui sont ceux qui font votre univers ? C'est cela qui intéresse vos publics !

#### DON'T FEED THE TROLL !

Ce sont des robots ou des personnes qui ont juste pour but de vous ennuyer. N'entrez jamais dans le jeu de ceux qui cherchent à vous déstabiliser mais répondez leur toujours avec bienveillance. Ou ne leur répondez pas. Ce n'est pas facile mais c'est nécessaire pour conserver votre santé mentale.





#### 4.1 COMMUNIQUER SUR FACEBOOK

##### Pourquoi utiliser Facebook pour promouvoir mon asso ?

Facebook vous permet d'engager la discussion avec votre public. Vos publications qui trouvent un intérêt aux yeux du premier cercle des proches du projet pourront très vite toucher un deuxième cercle plus élargi.

C'est également un bon outil si vous souhaitez créer une communauté et instaurer des liens avec elle. N'hésitez pas à créer des événements avec des titres clairs et originaux. Animez-les en rappelant régulièrement qu'il ne faut pas oublier de s'inscrire ou en diffusant des infos exclusives sur l'événement.

##### À quelle fréquence publier sur Facebook ?

Faut-il poster 1, 2, 10 fois par jour ou 1 fois toutes les 2 semaines ? Il n'y a pas de règles précises. Le tout est de trouver le juste milieu entre inonder votre communauté et être aux abonnés absents.

##### Pourquoi j'ai moins de likes à 10h qu'à 18h ?

Comme nous vous le disions un peu plus haut, n'hésitez pas à passer au crible les utilisations facebookienne de votre communauté. Consultez la section "Statistiques" de votre page Facebook pour voir vers quelle heure votre communauté se connecte le plus.

##### J'ai 2 500 suiveurs mais mes messages ne touchent que 150 personnes, pourquoi ?

La portée d'un message est le nombre de fils d'actualité dans lequel votre post va apparaître. Cette portée dépend d'un savant calcul établi par Mark Zuckerberg. D'ailleurs, vous avez sûrement remarqué que votre portée a diminué ces derniers mois. En moyenne, une publication touchera 1% à 8% de vos suiveurs. C'est peu ! Pour l'améliorer, vous pouvez poster des photos et surtout, des vidéos car ce sont les médias les plus visibles sur les flux d'actu de vos suiveurs.

##### Mon compte se fait spammer par Michelle Martin qui propose des prêts avantageux en échange de 30 000 euros, comment faire ?

La modération de votre page est vraiment importante. Vérifiez de temps en temps qui a posté sur votre mur et n'hésitez pas à supprimer ce qui n'y a pas sa place. Dans les paramètres de votre page, vous pouvez également limiter la possibilité de publication sur votre page par d'autres personnes que les administrateurs. En cas de spam, n'hésitez pas à signaler le contenu.

#### 4.1 COMMUNIQUER SUR TWITTER

Vous trouverez sur Twitter la plupart des institutions et des médias français. Si vous souhaitez les toucher, c'est donc the place to be.

Les contenus sur Twitter doivent être faits pour être partagés par n'importe qui. Il faudra donc être clair, efficace et concis. Attention, être limité à 140 caractères ne veut surtout pas dire pas de ponctuation et pas de verbe conjugué. Au contraire, vous devez être concis et interpeller.

Le problème de Twitter, c'est le flux d'informations constant.

Pour être vu, nous vous proposons plusieurs moyens :

- Utilisez des hashtags (ou mot-dièse ou #) qui vous permettent d'apparaître sur des thèmes clés en fonction de la thématique de votre action (environnement, culture, soirée, etc.).

- Utilisez les mentions (ou @) qui vous permettent d'interpeller les structures ou les personnes. Elles recevront une notification à chaque mention que vous ferez.

- Établissez une communication pro active en allant vous abonner aux personnes influentes en lien avec votre thématique et en les mentionnant aux moments opportuns.

#### MINI LEXIQUE TWITTER

**FAVER** : ce petit néologisme né de l'expression "mettre dans ses favoris" est à peu près l'équivalent du like sur Facebook.

**HASHTAG** : les hastags ou "mot-dièse" commencent par le symbole #. Ils sont cliquables et permettent de faire des recherches thématiques. Ils sont surtout utilisés sur Twitter et Instagram. C'est un bon moyen d'apparaître dans des flux d'actu, par exemple si vous organisez un festival de musique, vous pouvez utiliser : #festival #musique #concert. Les hashtags peuvent aussi être utilisés lorsque vous créez un événement et que vous souhaitez faire de la com' dessus.

**#FF OU FOLLOW FRIDAY** : tous les vendredis, certains comptes mentionnent d'autres comptes qu'ils suivent afin de les mettre en avant auprès de leurs abonnés grâce au hashtag #FF.

**RT** : c'est l'abréviation de retweet. Ce sont les petites flèches sous les tweets qui vous permettent de reposer un tweet sur votre page.

**LES LISTES** : vous pouvez créer des listes en fonction des thématiques ou structures que vous suivez. C'est un bon outil de veille thématique.

## 4.1 LES AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX

### INSTAGRAM

Instagram est une application de photo et vidéo très utilisée par les 15-25 ans. Pas besoin d'être un grand photographe pour poster sur Instagram. Grâce aux filtres - à user toutefois avec parcimonie - vous pourrez facilement publier des photos ou des vidéos très correctes.

N'hésitez donc pas à vous lancer et à varier les contenus que vous publiez : contenus off, photos d'événement, etc. De la même manière que sur Twitter, vous pouvez utiliser les #hashtags et les mentions @.

L'association étudiante Génération Cobayes est assez exemplaire en la matière. On peut y suivre toutes les actus du Tour de France de l'éco-orgasme de manière ludique et décalée.

### SNAPCHAT

Snapchat est un réseau social qui vous permet d'envoyer des photos ou vidéos éphémères pour une durée déterminée. Une fois envoyé, le contenu peut être visionné quelques secondes puis elle s'efface, à moins que vous cochiez l'option "stories" qui le rend consultable pendant 24h. Cette application est aujourd'hui utilisée par quelques vidéastes connus pour fidéliser leur public, alors pourquoi pas par votre asso ?

### VINE

Le réseau social Vine est fondé uniquement sur la diffusion de vidéos de 6 secondes. Encore assez peu répandu, vous pouvez également l'utiliser comme un outil de réalisation de vidéos puis télécharger la vidéo et la diffuser sur vos autres réseaux.

### LES RÉSEAUX SOCIAUX PRO

Votre association peut également trouver sa place sur LinkedIn et Viadeo. Ces réseaux sociaux professionnels dédiés le plus souvent à la recherche et à l'actu de l'emploi peuvent vous être utiles pour la communication destinée aux institutionnels ou aux mécènes.

Tout comme pour les autres réseaux sociaux, vous pouvez publier et interagir avec votre communauté. Bien entendu, vos publications seront beaucoup plus sérieuses. Vous toucherez principalement des diplômés ainsi que des entreprises et institutions. Cela peut être un bon moyen pour se rapprocher de potentiels partenaires.



### POUR ALLER PLUS LOIN : LA PLANIFICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les outils de planification vont vous permettre de rédiger des publications à l'avance. Concrètement, si vous souhaitez poster un tweet à 23h35, vous pourrez le programmer quand vous le souhaitez. Ce qui est plutôt pratique !

#### FACEBOOK

Sur Facebook, pour programmer vos posts, il vous suffit de choisir "Planifier" au niveau de la flèche à droite du bouton "Publier".

#### TWEETDECK

Tweetdeck est une plateforme qui vous permet de gérer plusieurs comptes Twitter, de créer un flux d'actu uniquement à partir d'un mot clé, d'un hashtag ou d'une page. Le seul inconvénient est qu'il n'existe pas de version mobile, ce qui rend l'utilisation un peu fastidieuse si vous souhaitez avoir vos tweets programmées sur votre smartphone. <https://tweetdeck.twitter.com>

#### HOOTSUITE

Hootsuite existe en version gratuite et payante. La version gratuite vous permet de gérer 3 comptes différents et cela fonctionne sur Facebook, Twitter, LinkedIn et Google+. Une application pour les smartphones est également disponible. <https://hootsuite.com/fr-fr>