# Guide pour réseaux sociaux

**Agence Barberousse** 

04. 2020





## **S** ommaire

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn



Hashtags communs: #semainedelamediation #CollectifMediation

#### IINKFDIN

• Réseau social professionnel, articles de qualité, posts professionnels, annonce et relais des événements.

#### **TWITTER**

 Publications courtes, identification des partenaires, partage d'informations percutantes

#### **FACEBOOK**

 Relai des articles du site internet, rendez-vous hebdomadaires, programmation des publications

#### **INSTAGRAM**

 Publications visuelles, citations de témoignages, stories avant et lors des événements



## **01.** Facebook

facebook.



meilleurs créneaux de post : 6h-8h - 14h-17h

Best

pire créneau de post : 22h - 4h

Public cible : Grand public, cible interne des médiateurs

**Objectif :** Notoriété / engagement → Facebook fait le lien avec le site internet

#### **Propositions:**

- Création et relais des événements disponibles pendant la semaine de la médiation.
- Posts de présentation des différents métiers autour de la médiation, avis clients, cas pratiques
- Posts sur les groupes Facebook dédiés à la médiation afin de réussir à créer une communauté sur la page

Si vous êtes débutants sur facebook, vous pouvez commencer par les bases grâce à ce guide : https://bit.ly/3bJG11r

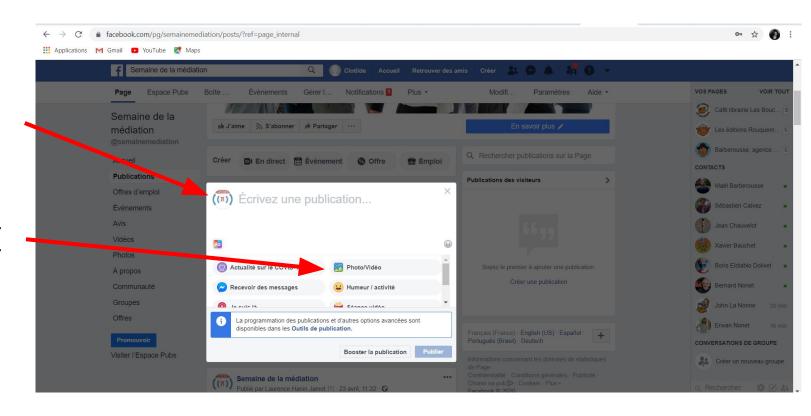
1 - Aller sur la page de la semaine de la médiation

2 - Cliquer sur Publications



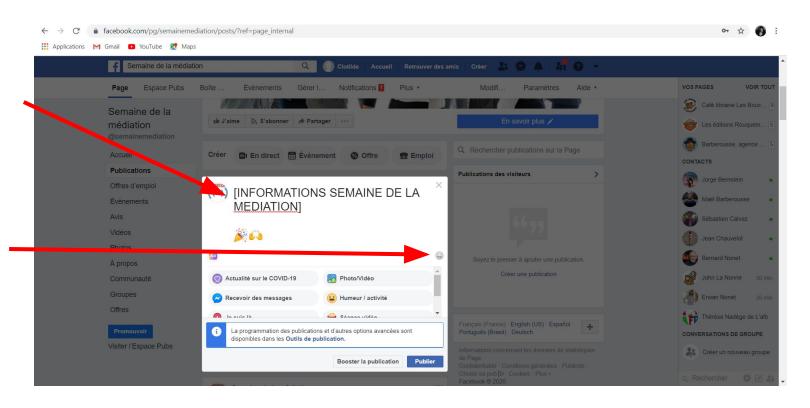
3 - Taper le texte dans le cadre

4 - Cliquer sur Photo/Vidéo pour ajouter un média



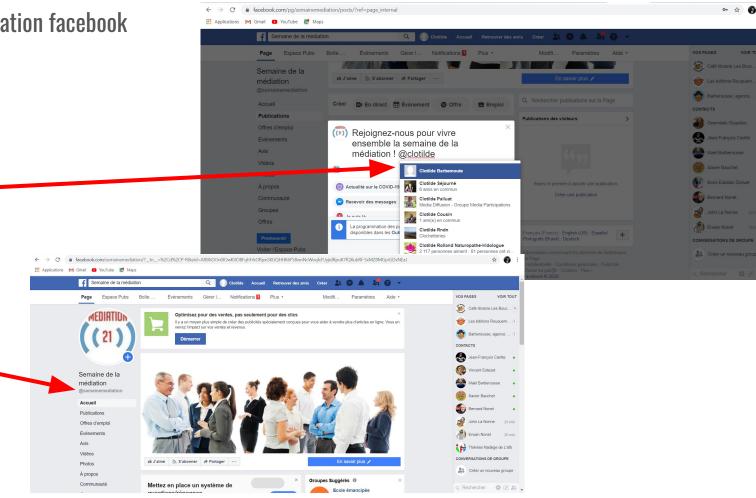
5 - Il peut être intéressant de choisir un titre à mettre entre [] en fonction du type de publication.

6 - Cliquez ici pour utiliser des emojis. Attention à ne pas en mettre trop (1 à la fois et toujours en rapport avec le texte)

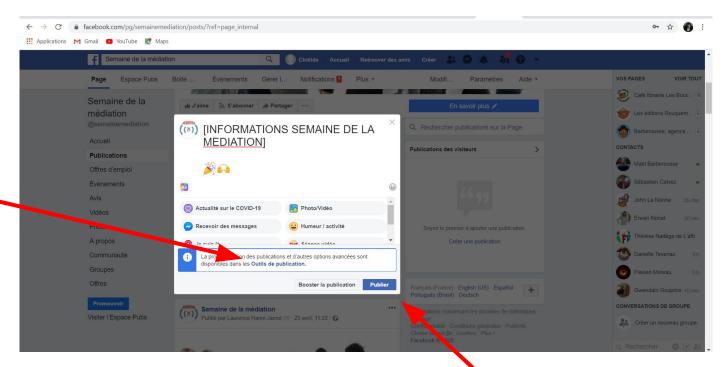


7 - identifiez vos partenaires en précédant leurs noms d'un @, puis sélectionnez la personne dans la liste.

Le nom de la page ou de la personne est indiqué sur son profil en gris pâle après le @.



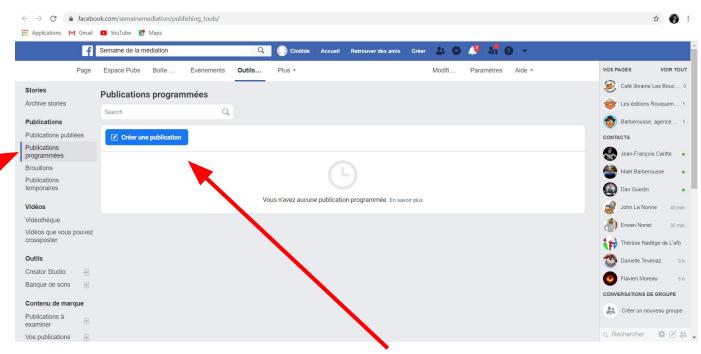
8 - Vous pouvez programmer la publication pour plus tard, en allant sur Outils de publication



9 - Pour publier appuyez sur le bouton publier.

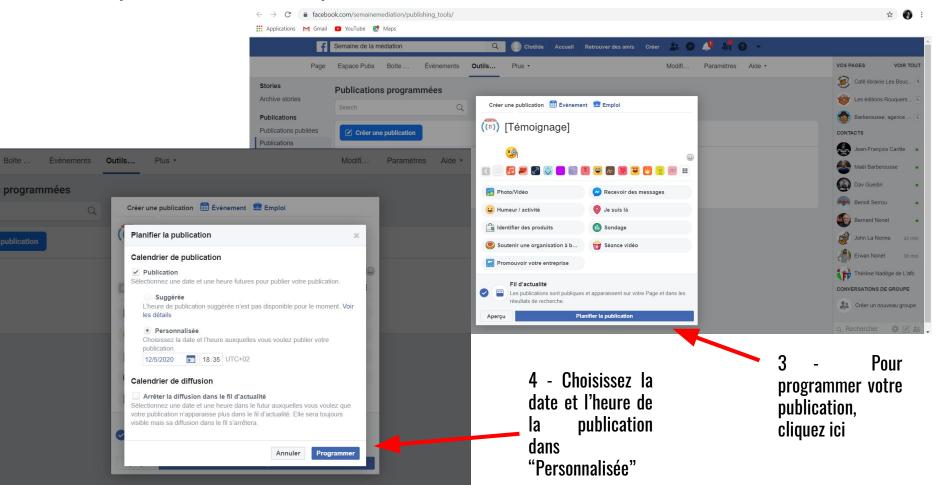
## Faire une publication facebook à publier ultérieurement

1 - Après avoir cliqué sur Outils de publication, allez sur Publications programmées



2 - Cliquez sur créer une publication.

## Faire une publication facebook à publier ultérieurement

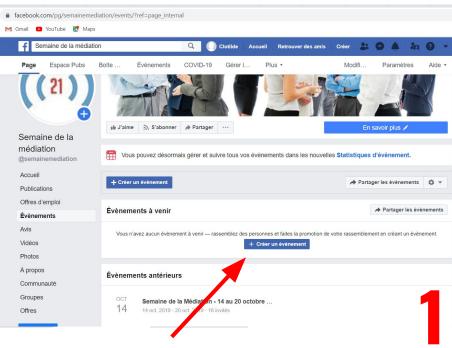


#### Créer un événement sur facebook

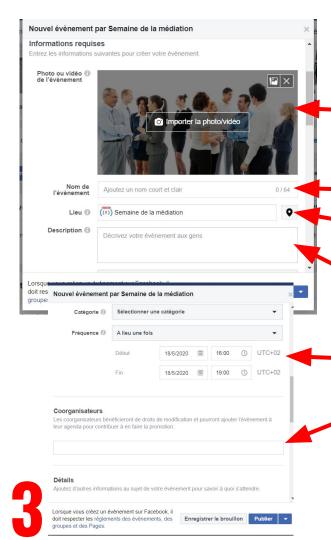


Cliquez sur "Evènements"

## Créer un événement sur facebook



Cliquez sur "Créer un évènement"



2

Changez la bannière de couverture

Donnez un titre

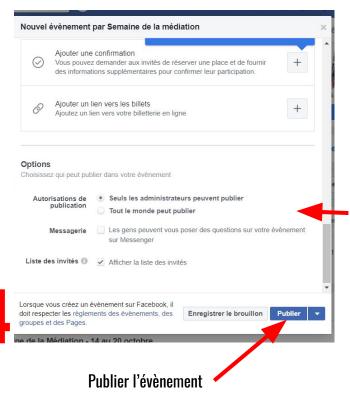
Indiquez le lieu

Ajoutez une courte description de l' évènement

Changez la fréquence, la date et l'heure

Vous pouvez rajouter des organisateurs via leurs comptes, ils pourront alors relayer l'événement

### Créer un événement sur facebook



La publication apparaîtra ici

Changer les autorisations (autoriser les autres à publier)

Autoriser les gens à poser des questions sur l'évènement



## Ajouter un co-organisateur d'événement sur facebook



Cliquez sur "Evènements"

# **02.** Instagram

**Public cible :** grand public

**Objectif**: Notoriété  $\rightarrow$  Les visuels doivent être au service de l'événement et

lui donner de la crédibilité et de la légitimité. Stratégie : Visuels qualitatifs, ton professionnel

**Utilisation sur SMARTPHONE** 

Création de communauté, un public de plus en plus vaste utilise Instagram, y compris les professionnels, instagram = **vitrine** de la semaine de la médiation.

## Les bases sur Instagram

1 - Connectez vous sur instagram

Identifiant : semaine\_mediation

mdp: semmed

2 - Vous arrivez sur le fil d'actualité, ici vous pouvez voir les publications des gens auxquels vous êtes abonnés.

3 - Pour accéder à votre profil cliquez ici :

4 - Pour commencer à créer votre publication, cliquez ici :

5 - Pour trouver d'autres comptes instagram cliquez ici :

6 - Pour retourner au fil d'actualité cliquez ici :





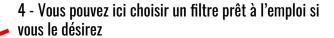


- 1 Cliquez sur le " + " de la page d'accueil
- 2 Choisissez votre photo dans "Galerie" ou prenez une photo ou une vidéo directement dans "Photo" ou "Vidéo"
- 3 Une fois votre photo sélectionnée, cliquez sur "Suivant":

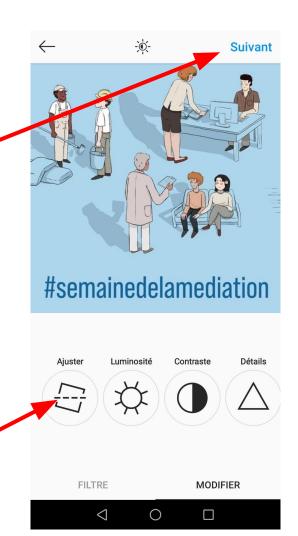




6 - Une fois votre photo prête, cliquez sur "Suivant":

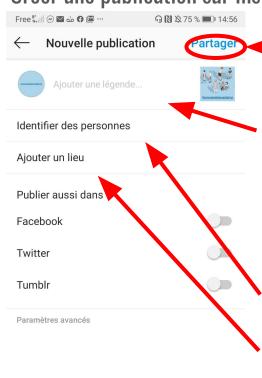


5 - En cliquant sur "Modifier" vous pouvez contrôler vous même les niveaux de contraste, exposition, etc.





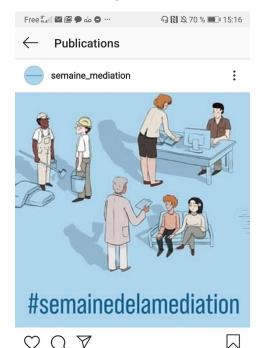
0



<del>10 Qua</del>nd la publication est prête, cliquez sur partager

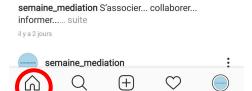
- 6 Ecrivez une description ici.
  - utilisez le @ afin d'identifier d'autres comptes, exemple : @médiation21
  - utilisez toujours le #SemainedelaMédiation dans vos publications
  - Trop de # tue le #, soyez modérés, de même pour les emojis.
- 7 N'hésitez pas à identifier les autres comptes instagram!
- 8 Vous pouvez également ajouter le lieu où la photo a été prise, notamment lors des événements
- 9 Nous déconseillons la publication instantanée sur les autres réseaux, à chaque réseaux social son mode de fonctionnement, le mieux est d'adapter les contenus et les textes.





C'est publié! Vous pouvez voir la publication dans le fil d'actualité et la vignette qui apparaît dans votre profil.





0

 $\triangleleft$ 



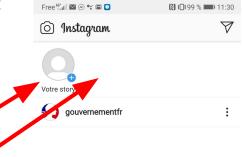
La story instagram existe pour publier des contenus instantanés qui ne resteront en ligne que 24h. Le but est d'avoir du contenu dynamique, des informations flash, des "zooms" sur certains événements, etc.

Vous pouvez réaliser des stories lors des événements, ou lors d'un nouveau post pour informer les gens.

Votre story apparaît ici

Celles de vos amis apparaissent à côté

Pour visualiser les stories il suffit de cliquer dessus. Pour faire défiler d'une story à l'autre il faut balayer vers la gauche.







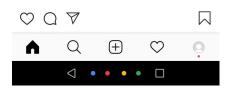


- 1 Pour commencer votre story, cliquez ici
- 2 Pour prendre une photo, cliquez ici, si vous appuyez en continu vous prendrez une vidéo

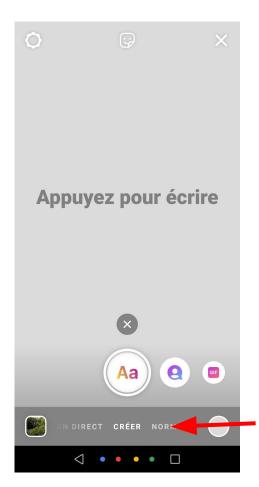
flash



3 - Pour mettre en story une photo ou une vidéo qui se trouve déjà dans votre galerie, cliquez ici et choisissez votre média

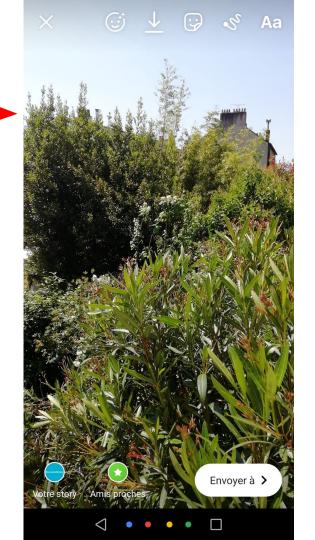






Après avoir pris votre photo vous trouverez l'écran suivant :

Si vous préférez opter pour une story sans image avec uniquement des informations, vous pouvez sélectionner "Créer" dans le menu déroulant



#### Ajouter du texte :

1 - Cliquez n'importe où sur l'image ou sur le symbole Aa

2 - Tapez votre texte

3 - Changez la disposition du texte

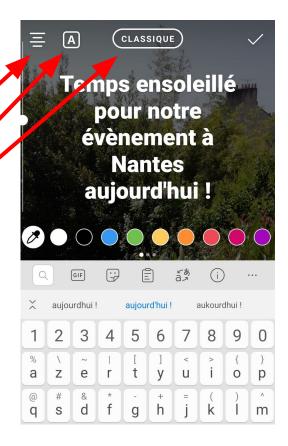
4- Changez le style du texte

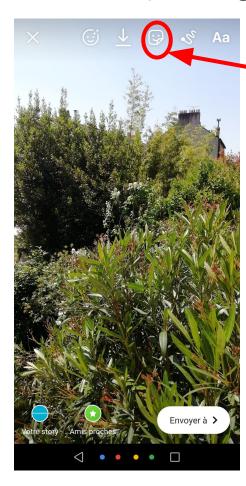
5 - Choisissez une typographie

N'hésitez pas à changer la couleur du texte ou du fond!

Une fois que vous êtes satisfait de votre texte, appuyez sur le symbole "validé"! Vous pouvez le bouger sur la photo à votre guise.







Ajouter des objets

1 - Cliquez ici

#### 2 - Choisissez votre objet :

- Localisation (indique le lieu)
- Mention (pour identifier un autre compte)
- #Hashtag pour mettre en valeur un #
- Heure
- Sondage pour départager
- Ajouter une musique à la story
- Ajouter un gif (objet dynamique sur l'image)
- Poser une question aux followers
- compte à rebours avant un événement



L'utilisation de ces objets permet de dynamiser les stories et d'engager les personnes, d'être plus actifs dans le visionnage.

Attention à ne pas en mettre trop afin de ne pas charger les stories, il faut que la lecture reste fluide et les informations concrètes.

Il existe d'autres objets, libre à vous de les tester!



Pour quitter la story :

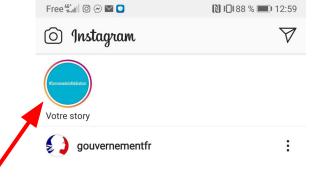
Pour enregistrer la story sur votre téléphone :

Pour dessiner sur la story avec le doigt :

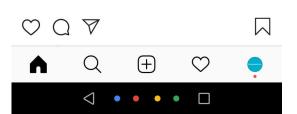
Envoyer à >

Une fois que vous êtes satisfaits de votre story, cliquez sur "Envoyez à"





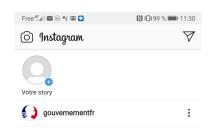
## SAUVEZ DES VIES RESTEZ PRUDENTS



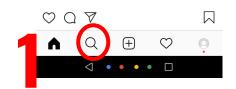


## S'abonner à d'autres comptes

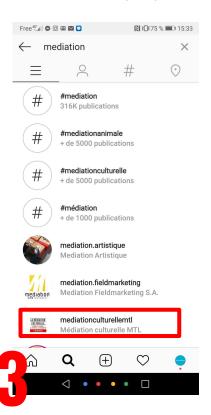
Afin d'atteindre un plus grand nombre de personnes, n'hésitez pas à abonner le compte de la semaine de la médiation à des comptes de médiateurs ou de groupes de médiation ou tout autre compte qui pourrait être intéressé par vos actions. Le compte va bientôt être passé en public, via l'identification d'autres comptes et les abonnements vous pourrez gagner en visibilité. Vous pouvez chercher des comptes précis ou chercher par mots clefs.















Public cible: grand public, leaders d'opinion

**Stratégie :** contenus courts, partageables, se concentrer sur l'essentiel

#### Les forces :

- Viralité, l'info se diffuse rapidement et simplement  $\rightarrow$  retweet.
- Un réseau efficace pour toucher les leaders d'opinion (élus ou journalistes par exemple) et bénéficier d'une grande visibilité → possibilité d'être retweetés

#### **Propositions:**

- Phrases d'accroche avec liens vers les articles publiés sur Facebook
- Teasing des événements
- Publication de visuels de type infographie autour de la médiation, ses différents métiers, etc
- Live tweets pendant les différents ateliers

Pour plus d'informations vous pouvez consulter ce guide : https://www.blogdumoderateur.com/guide-debuter-twitter/

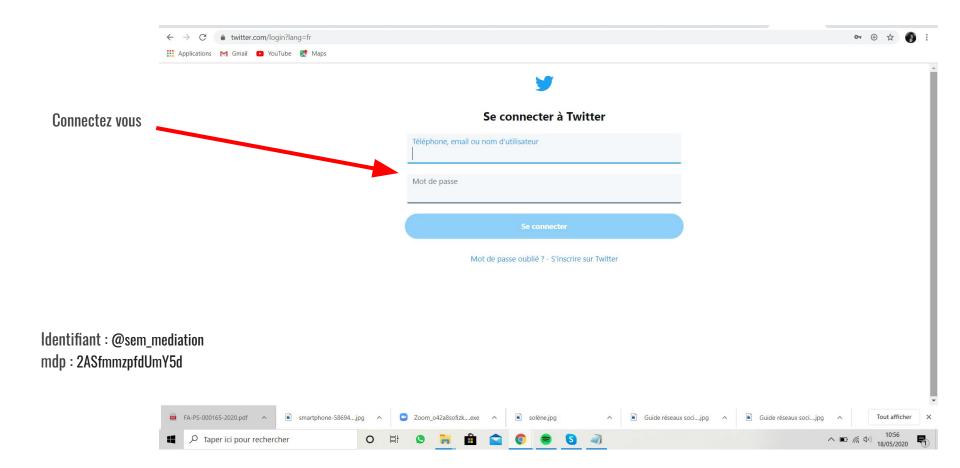
## **03.** Twitter



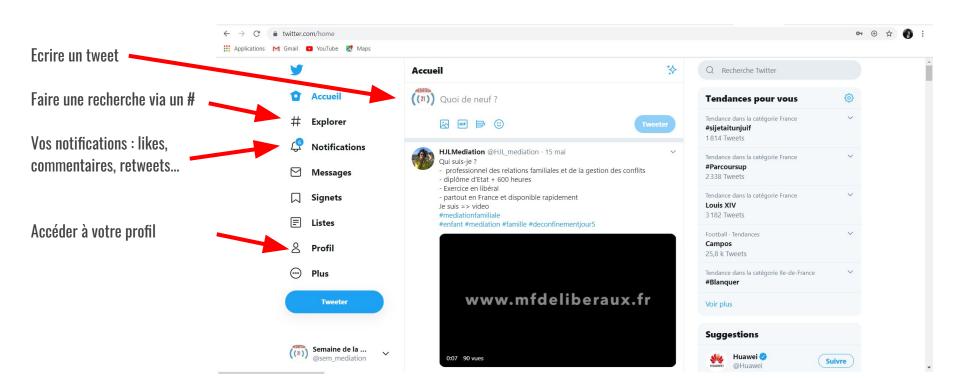
Meilleur créneau pour poster : 13h-15h

pire créneau pour poster : 20h-8h

### Les bases sur Twitter



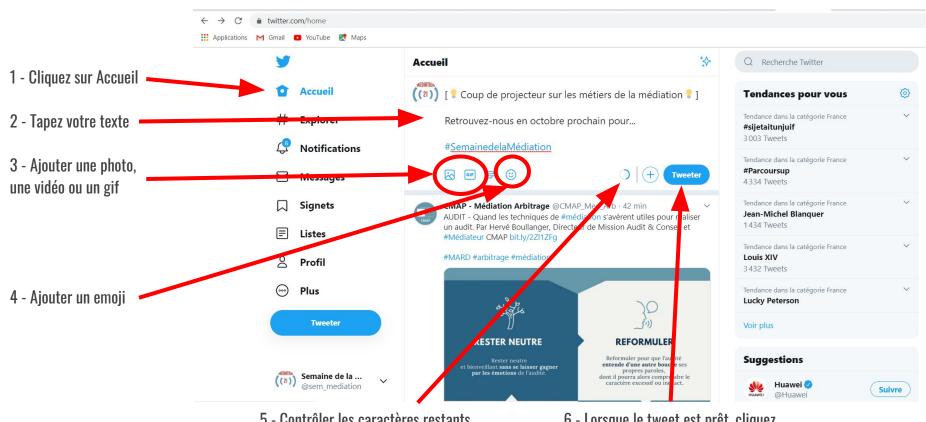
#### Les bases sur Twitter



#### Les bases sur Twitter



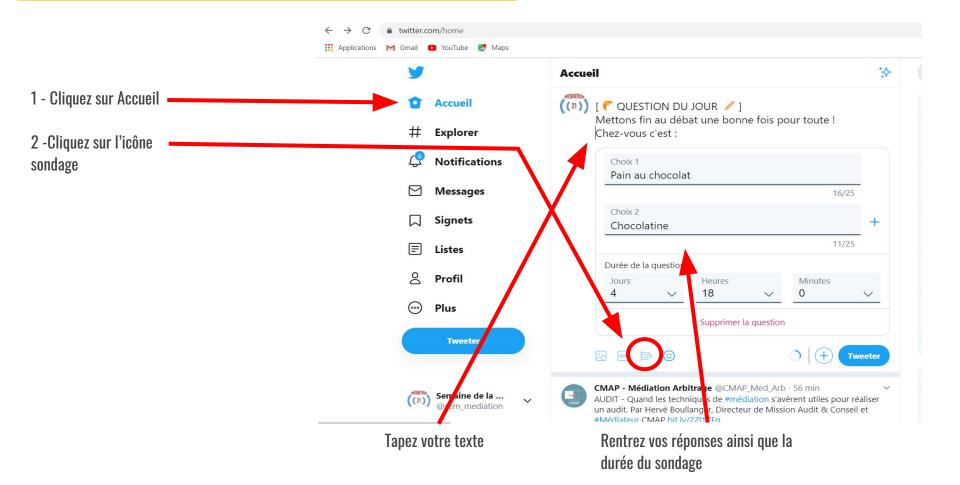
## Faire une publication sur Twitter



5 - Contrôler les caractères restants

6 - Lorsque le tweet est prêt, cliquez sur "Tweeter"

## Faire un sondage sur Twitter



## Analyser l'efficacité de vos tweets

Il peut être intéressant d'aller de temps en temps surveiller l'efficacité





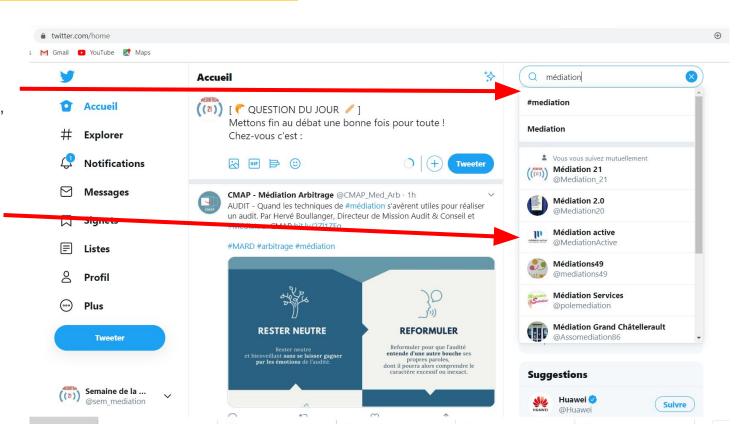
#### Choisir le délai d'analyse

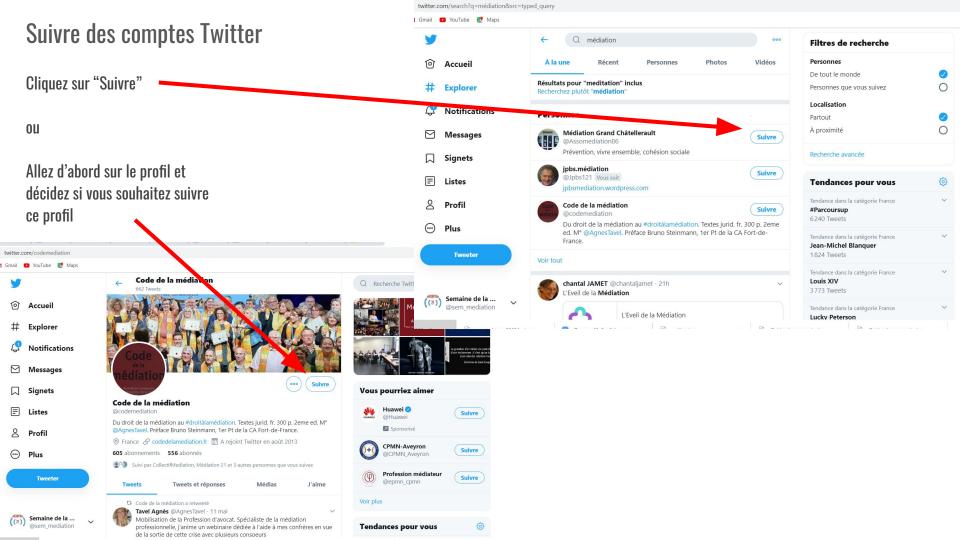
- Statistiques générales
- Statistiques Tweet par tweet

## Suivre des comptes Twitter

Tapez votre recherche de compte dans la barre de recherche (par #, mot clef ou nom de compte avec un @

Faites "Entrée" ou choisissez un des comptes de la liste





## Réagir aux tweets d'autres comptes



**04.** LinkedIn

meilleurs créneaux pour poster : 7h-8h30 - 17-18h pire créneau pour poster : 9h - 17h



Public cible: Interne

**Objectif :** Toucher les professionnels de la médiation via des centres d'intérêts partagés et du contenu professionnel qualitatif.

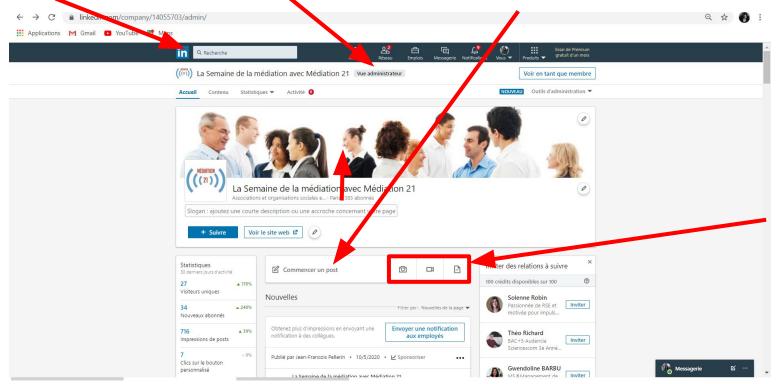
#### **Propositions:**

- relais des articles du blog
- rédaction de posts d'annonces des événements autour de la semaine de la médiation



## Faire une publication sur LinkedIn

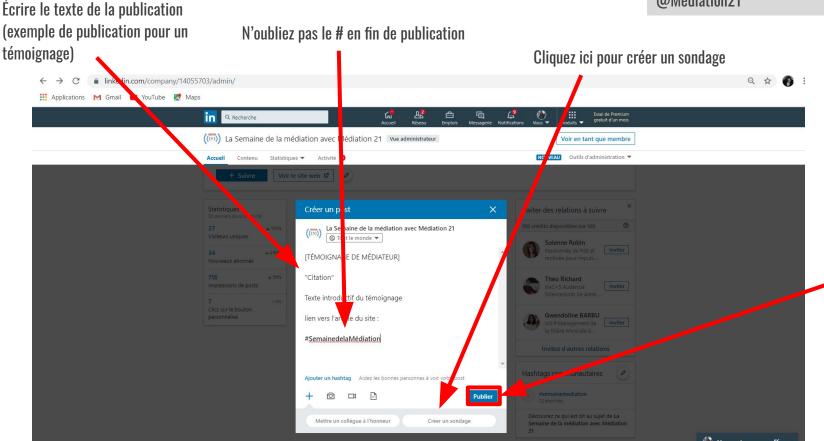
1 - Allez sur la page de la semaine de la médiation 2 - Vérifiez que vous publiez en tant qu'administrateur de la page 3 - Ecrivez votre post (pas de limite de caractères mais il est toujours préférable de privilégier des textes de longueur modérée)



Ajouter une photo, une vidéo ou un document

## Faire une publication sur LinkedIn

Astuce : pour identifier des gens, utilisez le @ suivi du nom de la personne, par exemple @Médiation21



Cliquez sur publier quand votre publication est prête, elle apparaîtra alors dans le fil d'actualité.

## #SemainedelaMédiation