

No. 3

Les vertus de la concision

Guide de contenu
et de stratégie à l'ère
du réseautage en ligne



La communication,
ça compte
Série de livret



RÉSEAU DU PATRIMOINE
ANGLOPHONE DU QUÉBEC
RPAQ

© 2019
Réseau du patrimoine du Québec (RPAQ)
400-257 rue Queen, Sherbrooke (Québec) J1M 1K7
Téléphone: (819) 564-9595 • Sans frais: 1-877-964-040
www.qahn.org

Le contenu de ce guide a été adapté d'outils de formations produits par le Centre des Organismes Communautaires (COCO).

Les livrets *Communication Matters* ont été produits grâce à l'appui financier du Ministère du Patrimoine canadien.

QUEBEC ANGLOPHONE
HERITAGE NETWORK
QAHN



RÉSEAU DU PATRIMOINE
ANGLOPHONE DU QUÉBEC
RPAQ



L'ajout des médias sociaux à votre coffre d'outils publicitaires peut représenter le bon choix pour votre organisme,

mais il implique des responsabilités et exige un engagement. La gestion de comptes de médias sociaux au nom d'une organisation n'est pas chose insignifiante et, par moments, la tâche peut sembler intimidante. Le temps est limité, particulièrement au sein d'organismes à but non lucratif (OBNL) qui dépendent traditionnellement du travail de bénévoles pour faire rayonner leur message. La règle numéro 1 en matière de recours aux médias sociaux est donc de rechercher l'efficacité.

L'un des principaux défis auxquels font face les OBNL présents sur les réseaux sociaux est d'identifier et/ou de créer les contenus appropriés aux canaux qu'ils utilisent. Quels types d'informations espérez-vous proposer? Quel genre de contenus retiendra l'attention des gens d'une façon qui fera progresser votre mission? Comment décider quelles images et quels textes communiqueront le mieux votre message?

À mesure qu'augmentera votre familiarité avec l'utilisation des médias sociaux en tant que support à vos activités et à votre message global, les réponses à ces questions deviendront plus claires. Entre-temps, voici quelques conseils qui vous permettront de maximiser le temps que vous investissez en ligne.

ALLEZ-VOUS DIFFUSER OU CRÉER DU CONTENU?

L'internet recèle une infinité de faits, de mensonges, d'arguments et d'images servant tous les intérêts, goûts et convictions imaginables. Les sites de médias sociaux permettent à leurs usagers d'interagir avec ces contenus de deux manières fondamentales : par la diffusion

d'information déjà en circulation ou par la publication de contenu original qui sera ensuite diffusé par d'autres usagers. En fait, le style de communication que vous adopterez combinera sans doute des activités passives et actives sur les médias sociaux.

Une stratégie passive consistera par exemple en une simple retransmission d'information : repérer sur internet des articles et autres contenus liés à votre cause et les publier avec un bref commentaire provenant de votre organisme. Ce genre de stratégie peut contribuer à l'atteinte d'objectifs tels conscientiser au sujet d'une question particulière, susciter des échanges sur des idées nouvelles et augmenter la visibilité de votre cause.

À l'opposé, le fait de créer et de partager des contenus originaux, comme la tenue régulière d'un blogue que vous publiez ensuite sur les médias sociaux, la mise en ligne des photos des événements que vous présentez ou de la diffusion vidéo en direct. Manifestement, une approche proactive exige un engagement significatif en termes de temps, possiblement de la formation et l'élaboration de politiques encadrant vos activités en ligne.

COMMENCEZ MODESTEMENT ET FAITES-LE BIEN

Si la création de contenus originaux de bonne qualité exige davantage de temps et d'habiletés, à long terme, ses retombées potentielles incluent une visibilité accrue parmi ceux qui vous suivent et une plus grande possibilité que ces contenus soient partagés. Par contre, ce niveau d'implication dépasse souvent la capacité d'organismes plus modestes et peut ne pas correspondre à vos objectifs.

Si les ressources à votre disposition pour la gestion des médias sociaux sont limitées pour l'instant, débutez avec une stratégie passive. Vous pourrez ainsi vous familiariser à peu de frais avec les ressources disponibles tout en atteignant efficacement vos objectifs.

Rappelez-vous qu'il est préférable de proposer du contenu de qualité sur un nombre restreint de plateformes que de mal en alimenter plusieurs. Les contenus souvent partagés incluent :

- des photos
- des vidéos
- des liens vers des articles, vidéos, blogues, etc.
- des animations en format GIF
- des contenus de sites web
- des infolettres
- des annonces
- des infographies



Quelles que soient les attentes de votre organisme envers les médias sociaux, voici huit conseils fondamentaux qui vous aideront à connaître du succès.

1. Utilisez les photos. L'image est le contenu le plus populaire et vous devez vous assurer de prendre des photographies de qualité. Plusieurs groupes diffusent avec un immense succès leur message par la photo, incluant la superposition de texte, d'informations ou d'infographies sur des images.

2. Privilégiez une approche collaborative. Utilisez les médias sociaux pour promouvoir les contenus d'autres organisations, des médias, d'activistes ou d'auteurs. Partagez, retweetez, mentionnez des gens et des organismes dans vos publications et commentez celles des autres lorsque la chose est appréciée.

3. Privilégiez les contenus courts. L'activité sur les médias sociaux est différente du marketing et du travail médiatique traditionnels. Sur Facebook, essayez de vous limiter à deux lignes de textes par publication. Sur Twitter, le défi est de communiquer votre message en 280 caractères. Sans perdre de vue le fait que vous représentez un organisme, privilégiez un ton de conversation à un langage formel ou bureaucratique.

4. Soyez positif. Félicitez les autres organismes pour leurs succès et soulignez vos propres réussites. Remerciez vos bénévoles. Mettez en évidence les changements sociaux qui se produisent. Bien sûr, vous avez le droit de vous indigner de temps à autre, mais une présence en ligne perpétuellement colérique ou cynique est déplaisante et n'attirera pas d'abonnés.

5. Adaptez votre message à votre audience. Cette information est-elle intéressante? Cette histoire est-elle touchante? Ces ressources sont-elles utiles? Évitez de publier du contenu que votre public



n'utilisera pas ou qu'il ne comprendra pas. N'oubliez pas que vous pouvez aisément réutiliser le bon contenu pour différentes audiences à différents moments.

6. Encouragez l'implication. Posez des questions, encouragez les commentaires et la participation sur vos plateformes. Même lorsque cela semble plus ardu, nous devons œuvrer à rendre les médias sociaux vraiment sociaux.

7. Utilisez les nouvelles à votre avantage. Les résultats seront immédiatement visibles si vous arrivez à faire un lien entre la cause de votre organisme et les événements qui se déroulent dans la communauté élargie et dans le monde. Partagez des nouvelles liées à votre mission!

8. Référez les profils solidement établis. Identifiez les partenaires potentiels qui disposent déjà d'une présence forte sur les réseaux sociaux tels que d'autres OBNL de la communauté, vos donateurs ou des médias. Demandez-leur de partager vos publications et assurez-vous qu'ils redirigent les usagers vers le compte que vous êtes en train de bâtir.

ÇA DEVIENT PLUS FACILE

La gestion de contenu sur les médias sociaux n'a pas à être difficile. Soyez réaliste au sujet du temps dont vous disposez et commencez modestement. Identifiez le contenu que vous avez déjà en main et dressez une liste de celui que vous souhaitez publier. Choisissez une plateforme et planifiez une semaine de publications. De temps à autre, essayez quelque chose de nouveau! Maintenez vos comptes de médias sociaux actifs et réactifs, suivez les conseils de bonnes pratiques et vous reconnaîtrez de plus en plus facilement ce qui fonctionne pour votre communauté de loyaux usagers.

Référence

Centre des Organismes Communautaires (COCO), *Social Media Workbook*.
<https://coco-net.org/social-media-workbook-community-organizations-nonprofits/>

Pour plus d'information, visitez :

Imagine Canada : <http://www.imaginecanada.ca/fr>

Idealware : <https://www.idealware.org/>

Nonprofit Marketing Guide.Com : <https://www.nonprofitmarketing-guide.com/blog/>

Autres publications

Les titres ci-dessous sont inclus dans la série *La communication, ça compte* :

1. *Réseauter pour le changement. Guide pratique pour les groupes à but non-lucratif utilisant les médias sociaux.*
2. *Choisissez votre plateforme. Survol des quatre sites de réseautage les plus populaires*
3. *Les vertus de la concision. Guide de contenu et de stratégie à l'ère du réseautage en ligne*
4. *Séduire les jeunes. Ce que les groupes communautaires doivent savoir pour rejoindre la nouvelle génération*
5. *Premières impressions. Conseils et principes de design pour des messages efficaces*

Le Réseau du patrimoine anglophone du Québec (RPAQ) offre également plusieurs ressources éducatives :

L'Essentiel du bénévolat, Vols. 1 – 8

Une série de guides bilingues qui abordent divers sujets pour intéresser et soutenir les organismes à but non lucratif qui dépendent du bénévolat.

Cemetery Heritage in Quebec: A Handbook (en anglais seulement)
Pourquoi et comment préserver les cimetières historiques.

Oral History Guide (en anglais seulement)

Préparer et mener des entrevues dans des projets de préservation d'histoire orale.

Guide pratique de la conservation patrimoniale, Vol. 1 – 10

Une série de guides pratiques bilingues sur les meilleures pratiques en conservation patrimoniale.

Volunteering Matters: QAHN's Guide to Volunteer Recruitment
(en anglais seulement)

Un guide étape par étape conçu pour aider les organismes à but non lucratif à développer un programme de recrutement de bénévoles.

InHerit Handbook: Inspiring Heritage Renewal and Identity Together(en anglais seulement)

Un guide de projets pédagogiques destinés aux milieux scolaires et communautaires.

The Identity of English-speaking Quebec in 100 Objects
(en anglais seulement)

Un portrait en format DVD des communautés anglophones du Québec dans toute leur diversité.

Quebec Heritage News (en anglais seulement)

La revue trimestrielle du RPAQ portant sur l'histoire et le patrimoine.

Pour commander des publications
du RPAQ ou pour vous abonner
à la revue, composez le
819 564-9595

Sans frais : 1-877-964-0409.