

DEBOUT
sur
LA TABLE

Utilisation professionnelle des réseaux sociaux

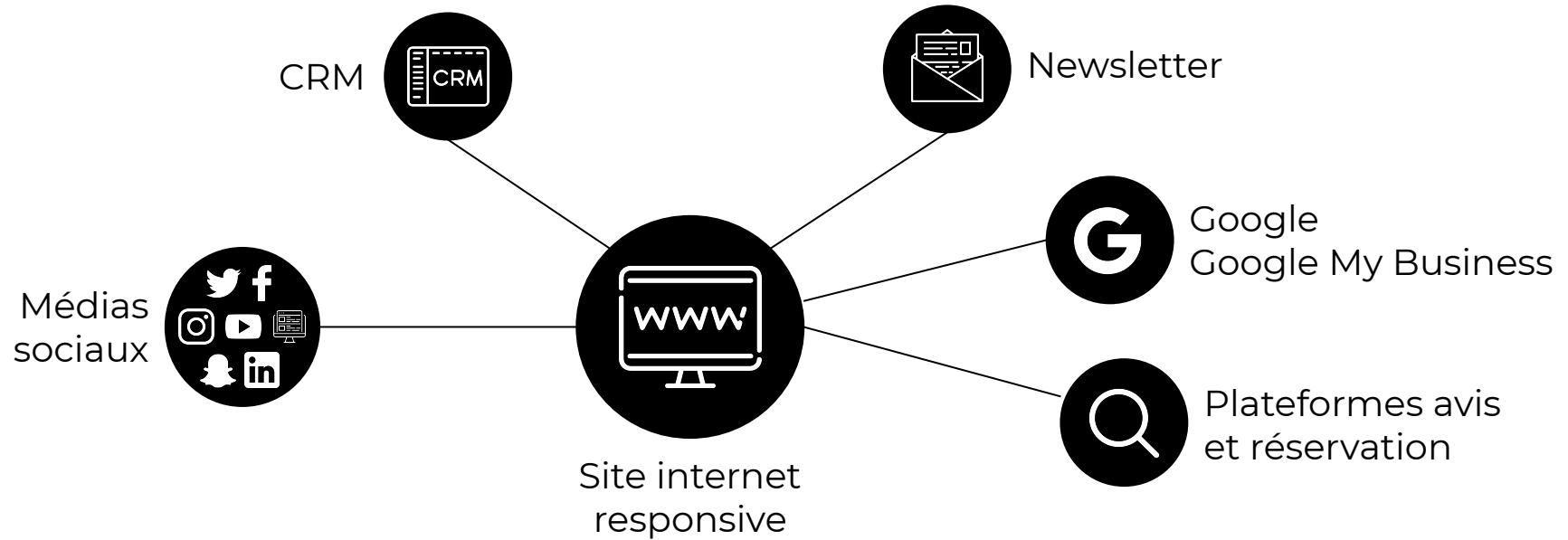
**La place des médias sociaux
dans votre communication
est importante...**

Attention à la veille!

Il est très important de savoir qui parle
de vous et où.

Pensez à le demander à Google et à
vous créer une alerte.

Ecosystème digital





À vos claviers

Qu'attendez-vous des réseaux sociaux pour votre business?

Notoriété - Prospects - Réservations
Commandes - Fidélisation

...



**C'est bien joli tout ça...
mais comment fait-on?**

Les bonnes pratiques du community management

Lexique

Fil d'actualité (Feed)

Page d'accueil des réseaux sociaux où sont affichées les publications des comptes et pages suivis ainsi que de la publicité.

Story

Publication à durée de vie éphémère, généralement 24 heures. Ce format existe sur Snapchat, Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, LinkedIn, Messenger et même YouTube.

Hashtags

Mots-clés précédés du symbole croisillon #, utilisés sur les réseaux sociaux pour classer et rechercher un contenu selon la thématique. Par exemple: #Jura3Lacs #inLOVEwithSWITZERLAND

Lexique

Liker

Verbe « aimer » en anglais : un like est une action sur les réseaux sociaux qui démontre l'appréciation de l'utilisateur pour une publication.

Engagement

Interaction des utilisateurs avec les publications d'un compte. Il se calcule en pourcentage et mesure la performance d'un post ou d'une publication.

Formule du taux d'engagement: diviser l'ensemble des interactions/par la portée organique ou payante et multiplier par 100

Choisir ses présences digitales



Réseaux sociaux



Facebook

Découvrez notre nouvelle carte de hamburgers



Twitter

#SwissCovid le nouveau burger préféré d'@Alain_Berset



Instagram

Notre délicieux hamburger à la raclette #bestburgerintown



LinkedIn

Notre restaurant élu meilleur fast food de la région par TripAdvisor



Pinterest

Nos recettes inratables d'hamburgers



YouTube

Voici notre tuto pour cuisiner de délicieux hamburgers



TripAdvisor

Un tout grand merci pour votre fidélité et à bientôt pour découvrir



& Google

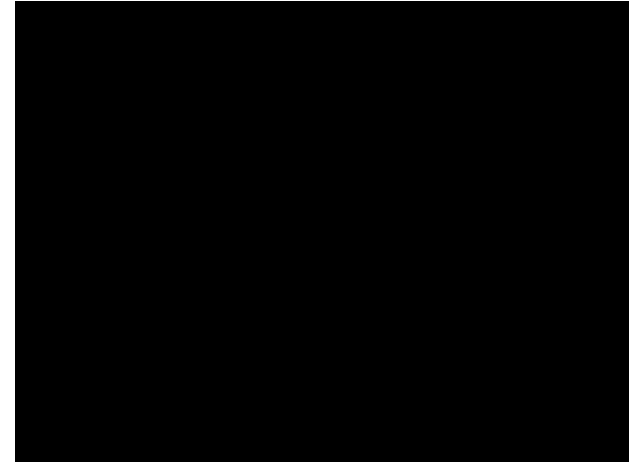
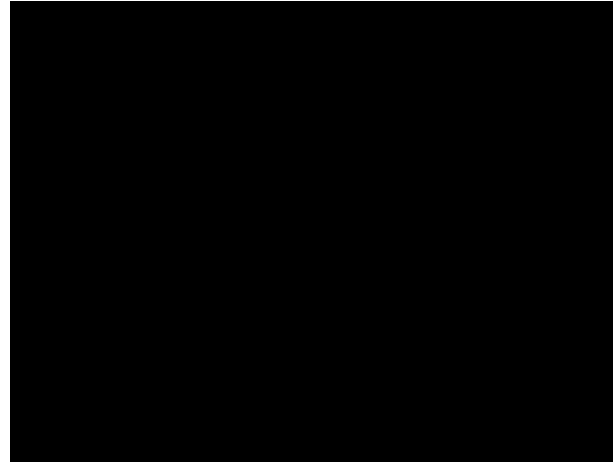
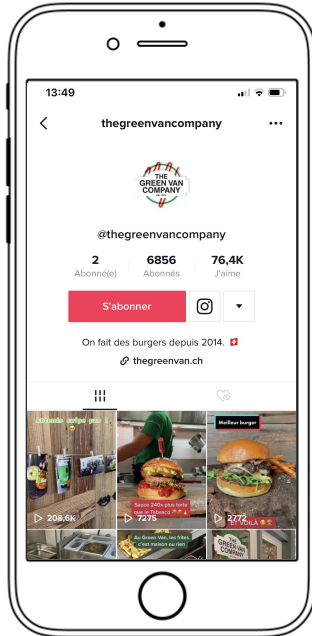
nos nouvelles recettes

En bref...

- Sur **Facebook**, soyez conviviaux et amicaux
- Sur **Twitter**, ayez un ton informatif et bref (max 280 caractères)
- Sur **Instagram**, mettez l'accent sur l'esthétisme
- Sur **Linkedin**, restez professionnels et factuels
- Sur **Snapchat** et **TikTok**, utilisez l'humour et soyez créatifs

TikTok

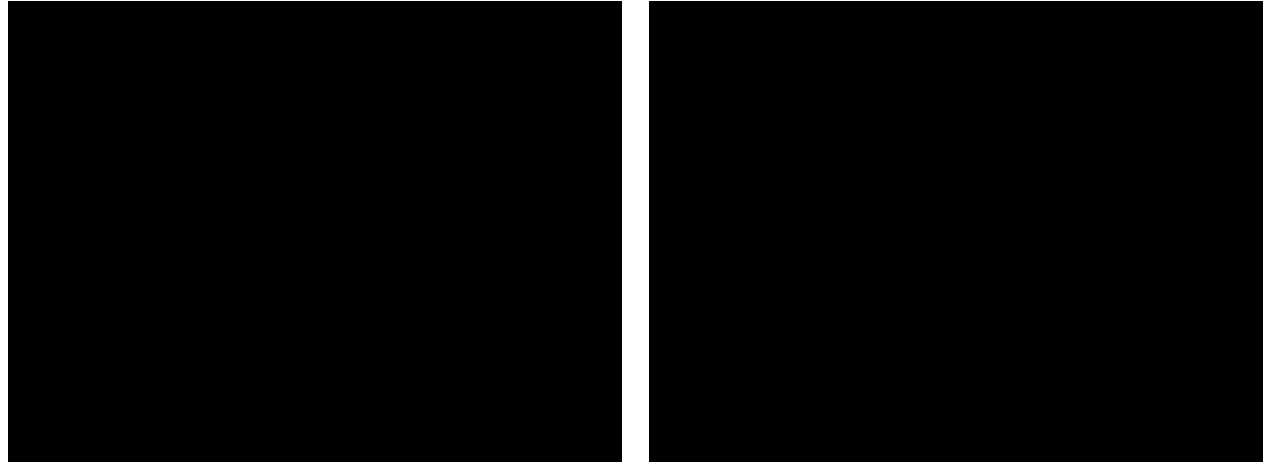
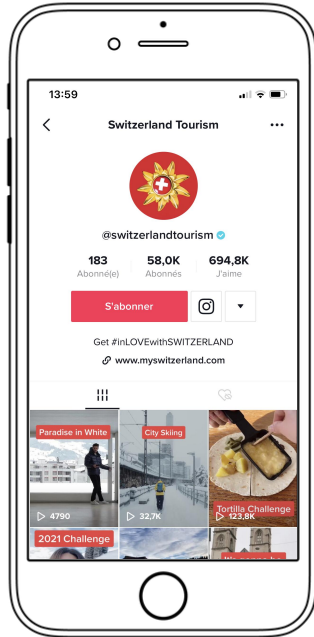
The Green Van Company



A faire : utiliser des musiques tendances, ajouter des hashtags dans la légende, utiliser un langage informel

TikTok

Switzerland Tourism



A faire : réaliser des challenges à la mode, faire des vidéos courtes et créatives, impliquer les collaborateurs

A faire / A ne pas faire

Profil vs page

Utilisez votre page Facebook/Instagram et non un profil privé

Choix du nom

Choisissez un nom qui correspond à votre établissement

Informations

Mettez à jour vos présences aussi souvent que nécessaire

Contenus

Publiez des contenus susceptibles d'intéresser vos abonnés











Formats

Utilisez les bons formats et varier les posts (lien, carrousel, diapo...)

Rythme de publication

Ayez un rythme régulier, mettez en place un calendrier éditorial

Calendrier éditorial

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K |
|----|-------------------------|---|---|--|---|--------------------|-------------|-----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------|
| 1 | Date de publication | Sujet | Contenu | | | Personne en charge | Statut | Campagne publicitaire | Publications | | Décompte avant publication |
| 2 | | |  |  |  | | | | FB | IG | |
| 3 | JANVIER | | | | | | | | | | |
| 4 | vendredi 1 janvier | Post: Voeux de bonne année | | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -24 |
| 5 | lundi 4 janvier | Post: Emission France Culture: Comment vivre dans un m | ✓ | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -21 |
| 6 | lundi 4 janvier | Post: SRF Corona und seelisches Gleichgewicht | | ✓ | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -21 |
| 7 | lundi 4 janvier | Story: Promotion Santépsy Kit de Survie Ressource 2 | | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -21 |
| 8 | mercredi 6 janvier |  Parentalité "Dépression & difficultés" : vidéos experts | Laetitia | - | Alice | Lucille ▾ | Publié ▾ | Terminée | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -19 |
| 9 | vendredi 8 janvier |  Post-COVID vidéo | Elodie | - | - | Lucille ▾ | Publié ▾ | Terminée | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -17 |
| 10 | dimanche 10 janvier | Post: Infos légères | | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -15 |
| 11 | lundi 11 janvier | Post: Article Planète Santé: Comment bien vivre en télétr | ✓ | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -14 |
| 12 | lundi 11 janvier | Post: Article Im Home Office fit bleiben | | ✓ | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -14 |
| 13 | lundi 11 janvier | Story: Le saviez-vous? | | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -14 |
| 14 | mardi 12 janvier |  Parentalité : vidéo en allemand | | ✓ | | Lucille ▾ | Publié ▾ | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| 15 | mercredi 13 janvier |  Parentalité "Bien-être et vie de couple" : général | ✓ | ✓ | ✓ | Lucille ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -12 |
| 16 | vendredi 15 janvier |  Post-COVID : jeunes et travail identifier ciao.ch | ✓ | ✓ | ✓ | Lucille ▾ | Publié ▾ | En cours | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -10 |
| 17 | lundi 18 janvier | Post: Monado.ch La puberté | ✓ | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -7 |
| 18 | lundi 18 janvier | Post: Radio Neo! - Schlaf und psychische Gesundheit | | ✓ | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -7 |
| 19 | lundi 18 janvier | Story: Promotion Santépsy | | | | Nadia ▾ | Publié ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -7 |
| 20 | mercredi 20 janvier |  Parentalité "Vie de couple" : dialogue et temps | ✓ | ✓ | ✓ | Lucille ▾ | ▾ | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | -5 |
| 21 | vendredi 22 janvier |  Post-COVID vidéo | Florence | - | - | Lucille ▾ | ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -3 |
| 22 | dimanche 24 janvier | Post: Article Projuventute: Idées pour bien passer cet hivi | | | | Nadia ▾ | Programmé ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | -1 |
| 23 | lundi 25 janvier | Post: Article Santé magazine - Pourquoi les loisirs créatif | ✓ | | | Nadia ▾ | Programmé ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 0 |
| 24 | lundi 25 janvier | Post: Article Tages-Anzeiger - Die kraft der Wut | | ✓ | | Nadia ▾ | Programmé ▾ | | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 0 |

A faire / A ne pas faire

| | |
|-------------------------------|---|
| Modération / Polémique | Répondez aux commentaires positifs ET négatifs. N'effacez pas les messages que vous n'aimez pas et n'entrez pas dans leur jeu, restez polis |
| Avis, réclamations | Répondez systématiquement même si la critique n'est pas bonne |
| Langues | Utilisez les outils à disposition pour le multi-langue |
| Orthographe | Ayez une orthographe irréprochable |
| Hashtags | Evitez d'utiliser trop de hashtags, gardez que les plus pertinents |

L'importance de la création de contenu

**Créez le meilleur contenu
adapté et optimisé pour
chaque plateforme
sélectionnée.**

Types de contenus

- Conseils
- Articles de blog
- Photos des lieux et/ou créations
- Reposts (partages)
- Lives (diffusion en direct)
- Offres spéciales
- Tutoriels
- Recettes
- Avis / témoignages
- Informations générales / actualités
- Coulisses / collaborateurs
- Concours

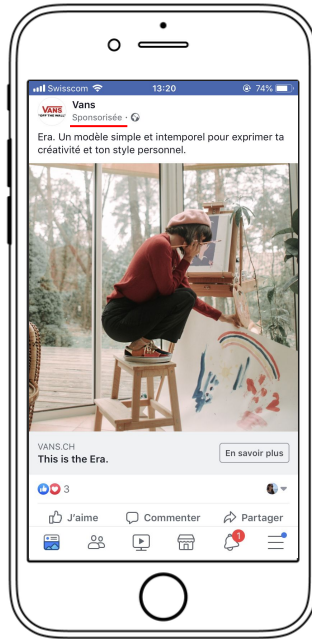


Formats & emplacements

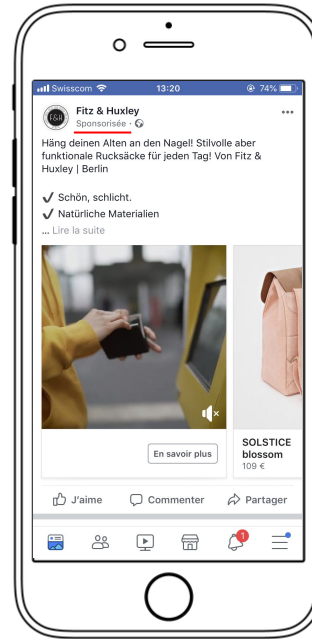
Facebook



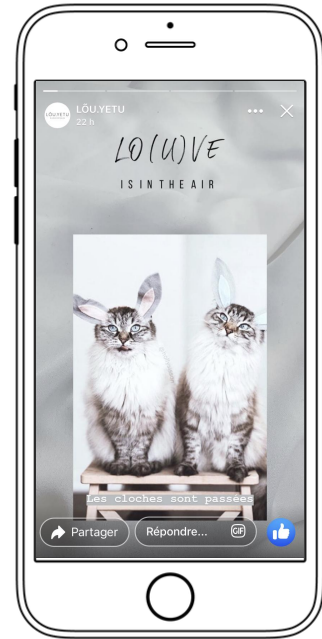
Contenu simple
photo ou vidéo



Post lien
photo ou vidéo



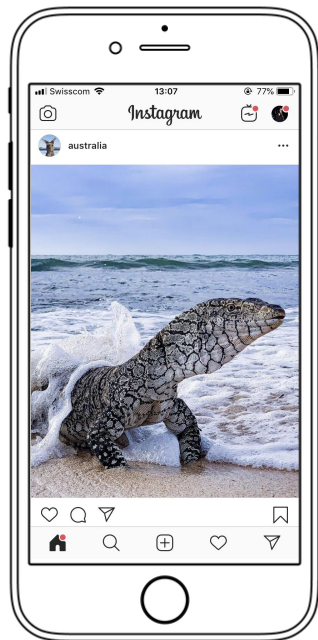
Carrousel
photo et/ou vidéo



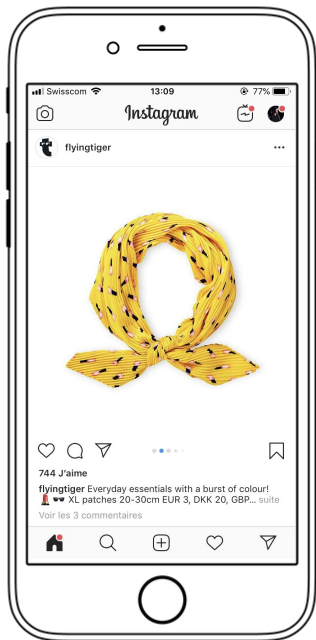
Stories 9:16
photo et/ou vidéo

Formats & emplacements

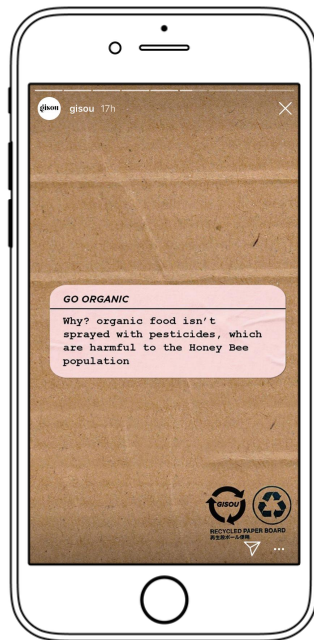
Instagram



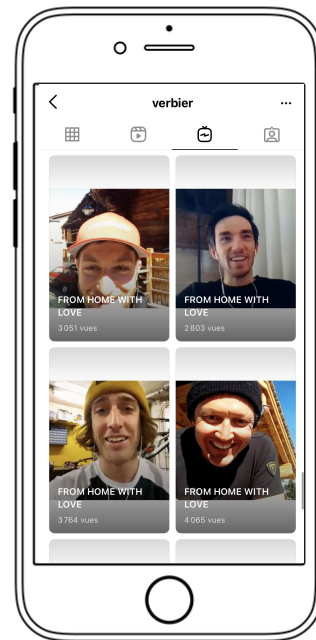
Contenu simple
photo ou vidéo



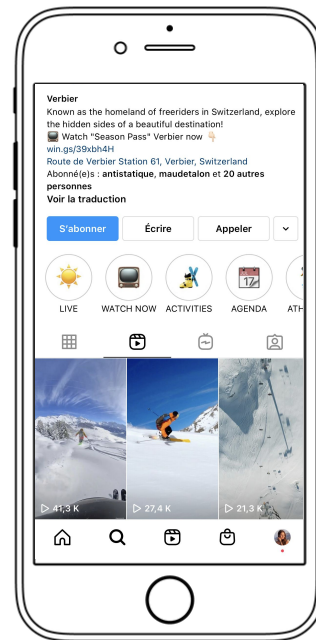
Carrousel
photo et/ou vidéo



Stories
photo et/ou vidéo



IGTV
vidéo verticale

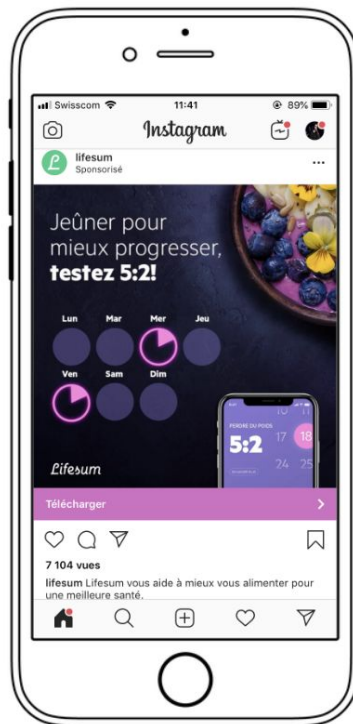


Reels
vidéo verticale

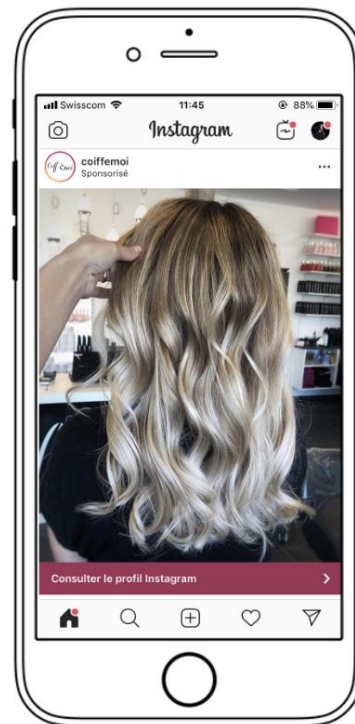
Horizontal



Carré



Vertical



Formats

Il existe énormément de formats différents et en plus de tous ceux que l'on vient de voir, il y a encore :

- les photos de couverture
- les photos pour les événements Facebook
- les photos de profil
- etc.

Pour vous aider : guide de la taille des images sur les réseaux sociaux [ici](#)



Outils

| | |
|-------------------------|--|
| Creator Studio | Programmer et/ou publier des posts sur FB et Instagram Feed |
| Business Manager | Mettre en place des campagnes publicitaires |
| AgoraPulse | Modérer les commentaires de vos présences au même endroit |
| Canva | Créer des visuels professionnels (gratuit et facile d'utilisation) |
| Repost | Partager des photos Instagram sur son compte |
| Perfect Video | Monter rapidement et simplement des vidéos depuis son mobile |
| Socialshaker | Mettre en place des jeux concours pour engager vos abonnés |



**Il faut trouver la bonne recette,
mais il n'y a malheureusement pas
de recette miracle.**

**Il faut également connaître leur
fonctionnement et leurs règles.**

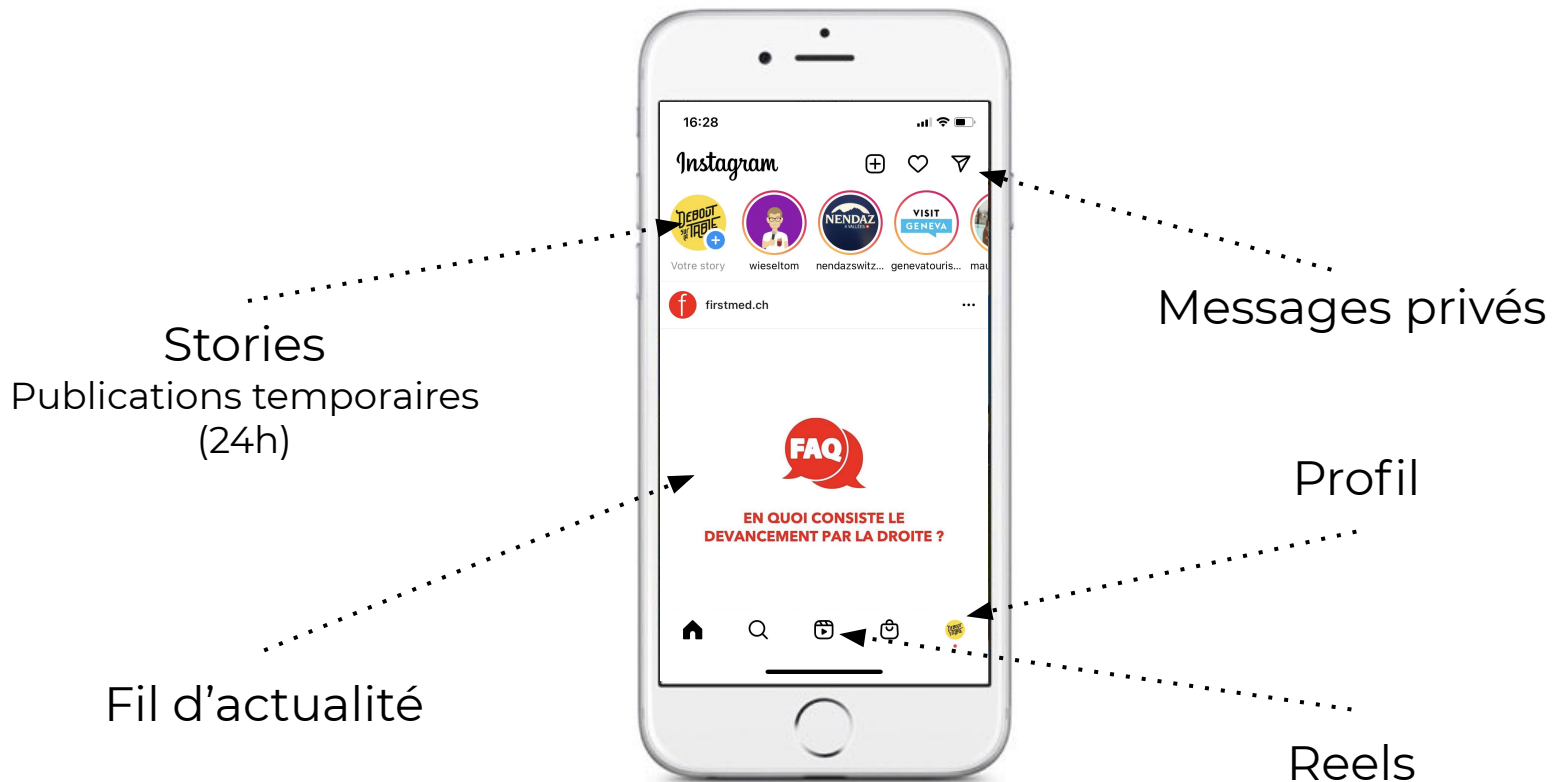


Pause

Démonstration pratique



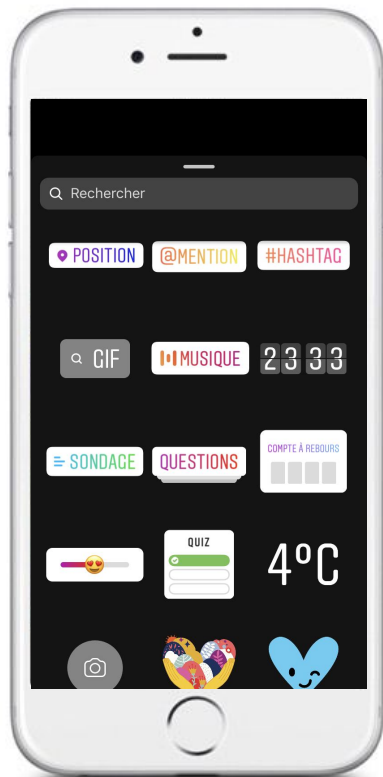
Instagram





Stories (+)

Stickers



GIF : amusez vos abonnés avec des autocollants

Musique : donnez une ambiance sonore à votre story

Sondage : interrogez votre audience (2 réponses possibles)

Questions : échangez avec votre communauté (zone de texte)

Compte à rebours : partagez un décompte

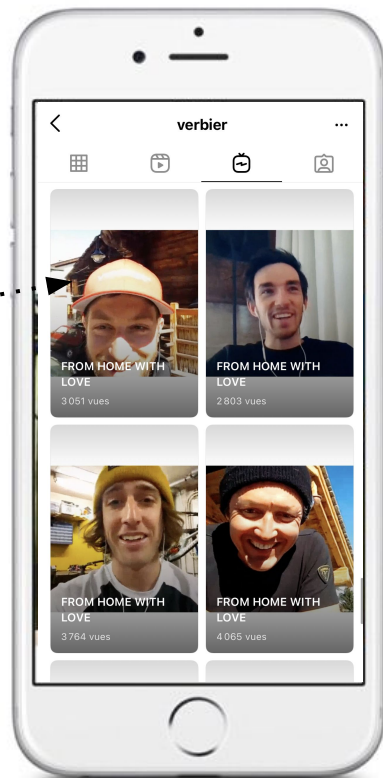
Curseur : interrogez vos abonnés

Quiz : testez vos abonnés (plusieurs réponses possibles dont une juste)



IGTV 📺

Vidéos entre 1 et
60 minutes



9:16 (portrait) ou 16:9 (paysage)

Montage en dehors de l'application

Personnalisation de la miniature

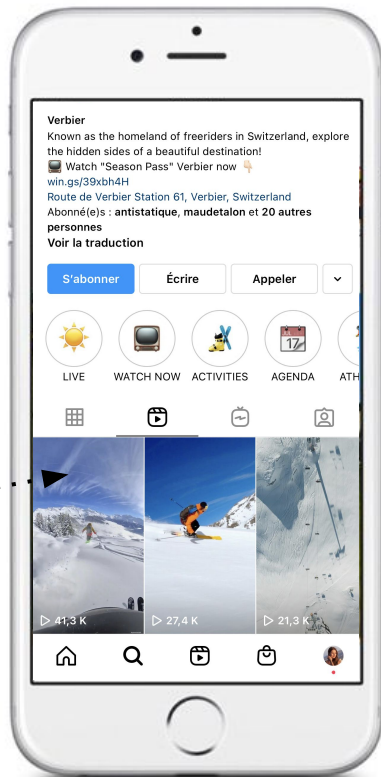
Publication d'un extrait dans le Feed

Ajout d'une légende

Ajout à une série (playlist)



Reels



Vidéos de maximum
15 secondes

9:16 (portrait)

Montage dans l'application Instagram

Possibilité d'avoir plusieurs clips

Ajout de musiques, d'effets, de textes,
etc.

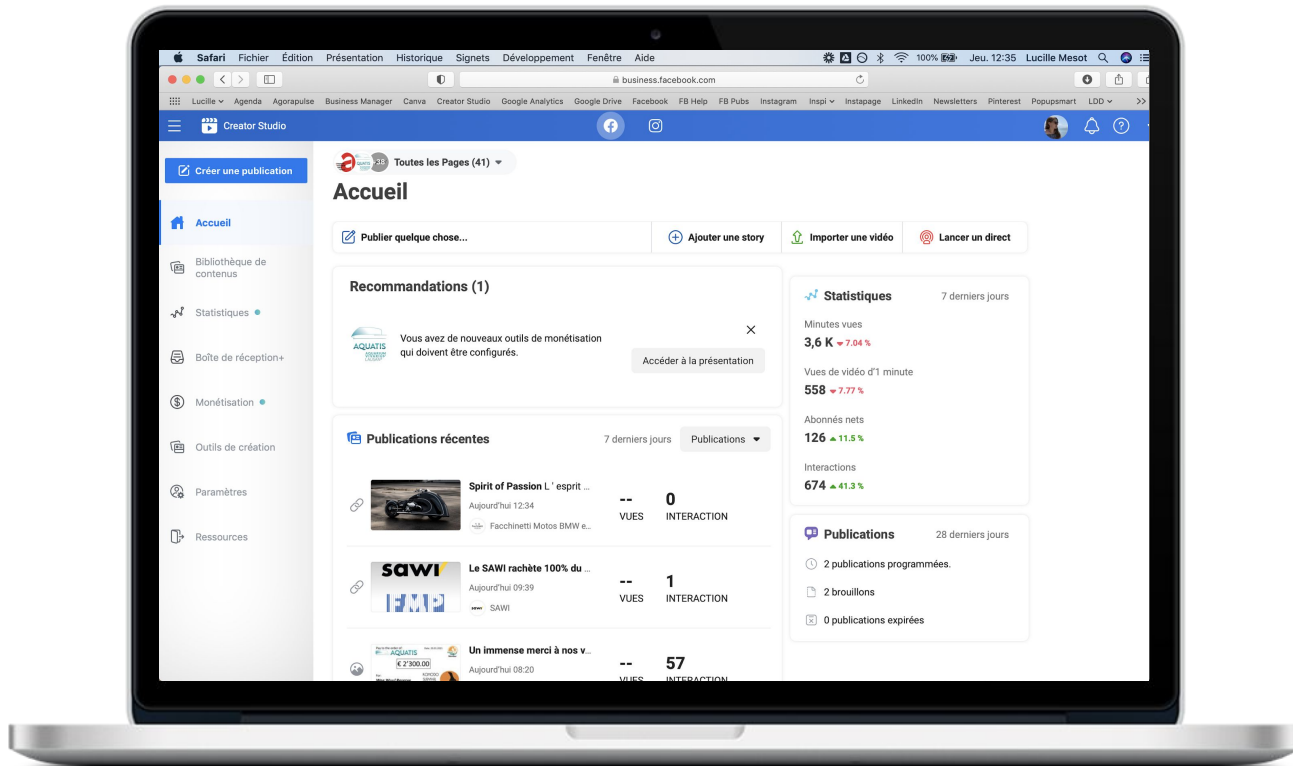


Facebook



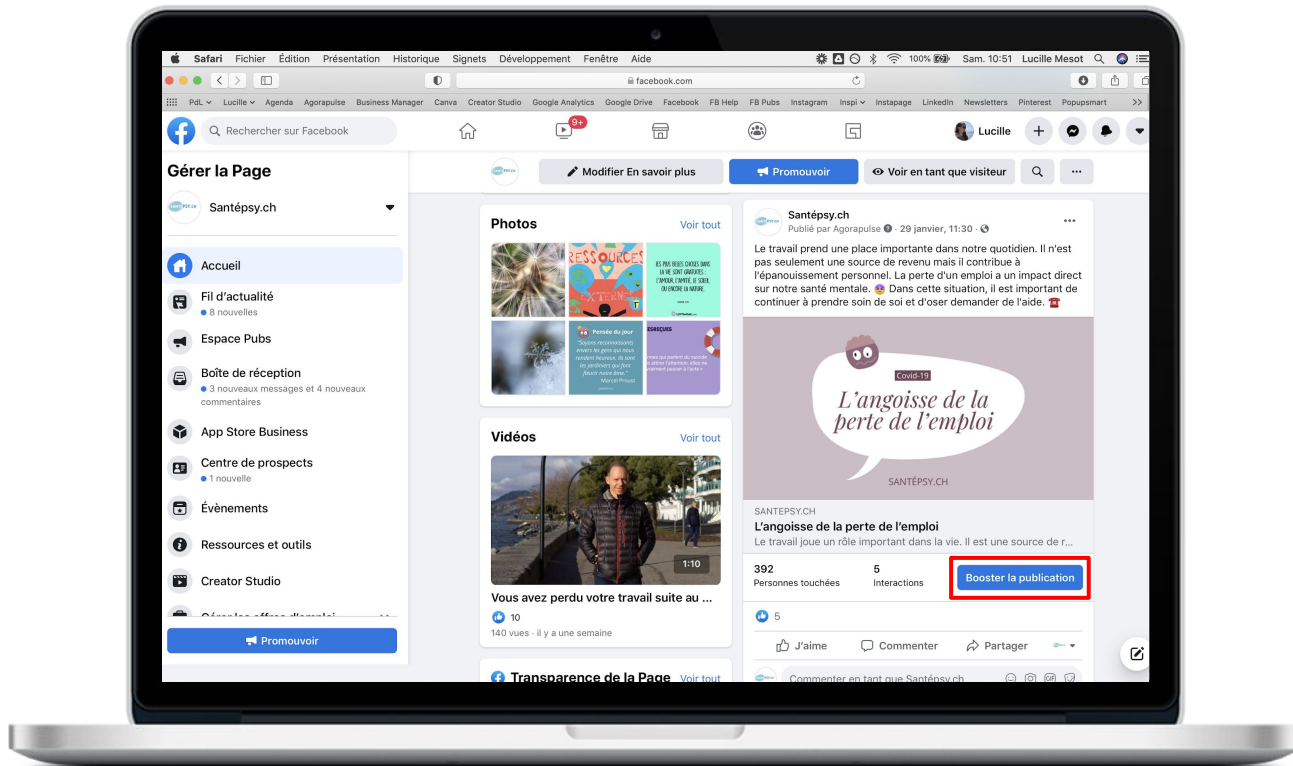


Creator Studio



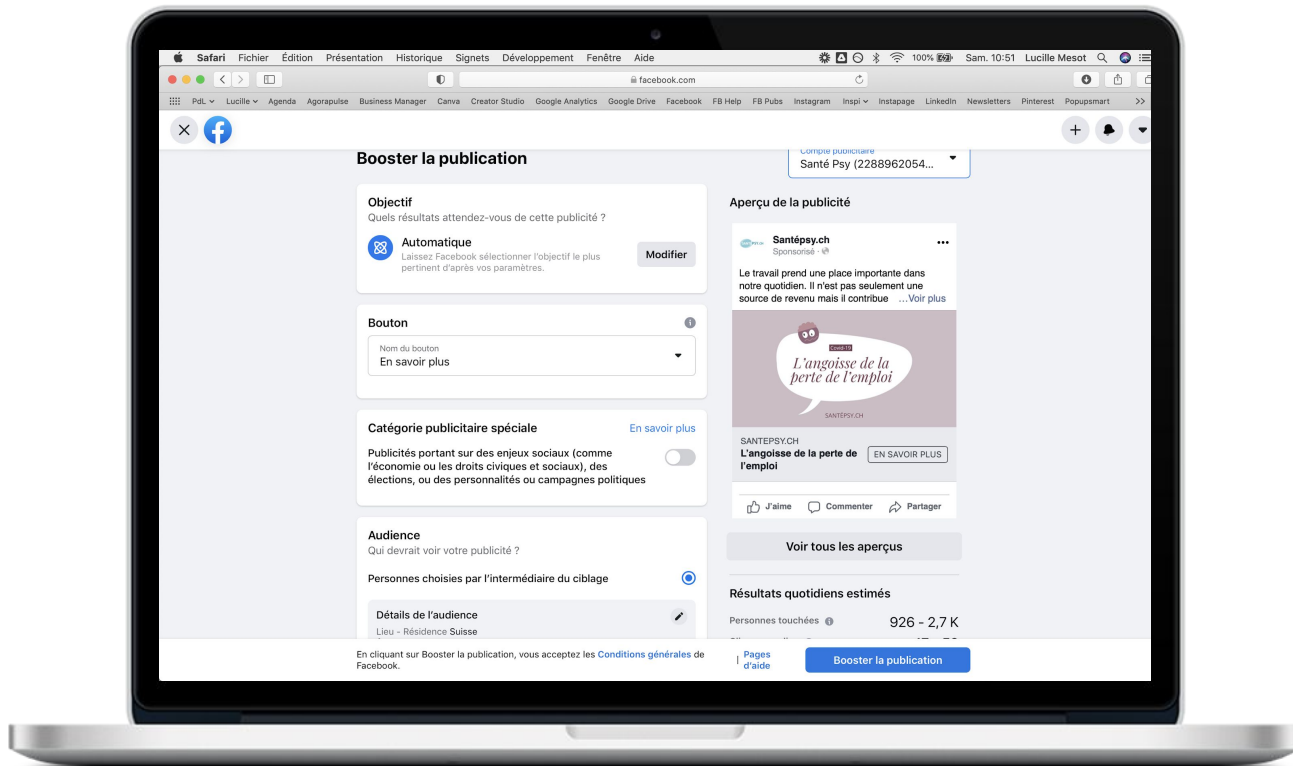


Publicité





Publicité





Pause

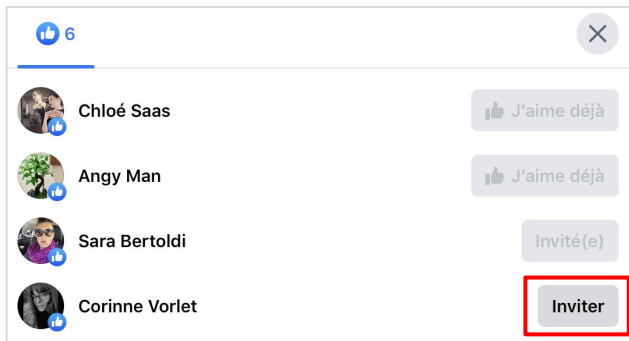
Retour sur les présences professionnelles des participants

Cours du 25 janvier



Exemples

- Annoncer la thématique du post avec des crochets
[Recette] [Conseil] [Balade]
- Utiliser des emojis pour faciliter la lecture de la légende
🍷 Nouvelle carte des vins
📅 A venir déguster dès le mois de mars
- Liker les partages de votre publication et inviter les personnes à aimer votre page
(si c'est pas déjà le cas)





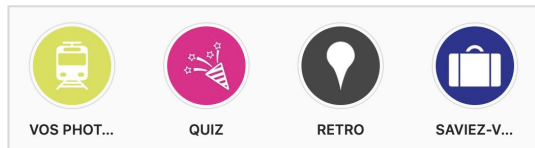
Exemples

- Ajouter une légende lors d'un partage de post pour compléter l'information avec une remarque plus personnelle en lien avec son établissement. Et retirer le lien.
- Privilégier l'utilisation de photos carrées ou verticales plutôt que horizontales.
- Utiliser des photos libres de droits plutôt que des photos payantes avec le logo "shutterstock".
- Éviter de publier des supports print (flyers, affiches, etc.) et refaire des visuels différents grâce à Canva par exemple.



Exemples

- Utiliser les highlights afin que les stories soient visibles plus de 24 heures, vous avez la possibilité de personnaliser les miniatures



- Utiliser un maximum de fonctionnalités (Stories, stickers, localisation, identification, IGTV, Reels, etc.)
- Reposter des contenus publiés par les visiteurs, clients, etc. (demander éventuellement l'autorisation à la personne avant)
- Liker les publications sur lesquelles notre compte a été identifié et remercier la personne.



Exemples

- Éviter un nombre trop important de hashtags, privilégier les plus importants.
- Mettre en images ses publications. Attention aux contenus flous ou mal éclairés.
- Utiliser des présences professionnelles et ouvertes et non des comptes privés et/ou fermés. Les comptes privés doivent servir de relais.
- Sous-titrer ses vidéos.
- Mettre en avant ses collaborateurs, partenaires, clients, ...
- Travailler avec des influenceurs.



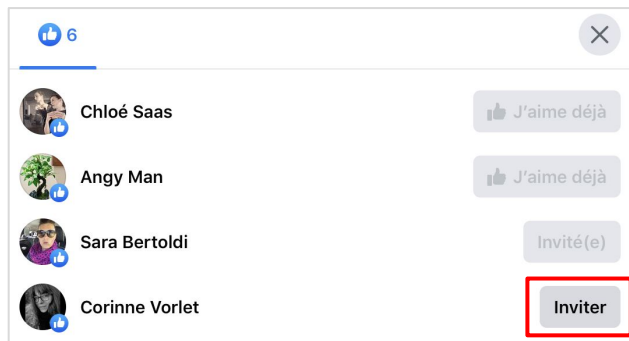
Exemples

- Partager des informations utiles, utilisez des documents d'archives.
- Partager votre actualité et ne pas hésiter à créer des mises en scène.
- Partager des offres spéciales, proposer des concours... mais avec modération.
- Partager de belles photos/vidéos et/ou originales. L'aspect général d'un compte Instagram est important.
- Partager ses événements à venir sous forme d'événements Facebook.
- Créer de l'engagement, animer sa communauté en répondant aux commentaires et aux avis laissés.

Cours du 1er février

Exemples

- Annoncer la thématique du post avec des crochets
[Recette] [Conseil] [Balade]
- Utiliser des [emojis](#) pour faciliter la lecture de la légende
🍷 Nouvelle carte des vins
📅 A venir déguster dès le mois de mars
- Liker les partages de votre publication et inviter les personnes à aimer votre page
(si c'est pas déjà le cas)

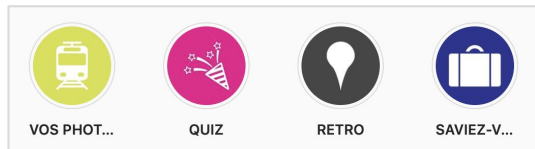


Exemples

- Ajouter une légende lors d'un [partage de post](#) pour compléter l'information avec une remarque plus personnelle en lien avec son établissement. Et retirer le lien.
- Privilégier l'utilisation de [photos carrées](#) ou verticales plutôt que horizontales.
- Utiliser des photos libres de droits plutôt que des photos payantes avec le [logo](#) de la banque d'images.
- Éviter de publier des [supports print](#) (flyers, affiches, etc.) ou des [captures d'écran](#) et refaire des visuels différents grâce à Canva par exemple.

Exemples

- Utiliser les [highlights](#) afin que les stories soient visibles plus de 24 heures, vous avez la possibilité de personnaliser les miniatures



- Utiliser un maximum de fonctionnalités (Stories, stickers, localisation, identification, IGTV, Reels, etc.)
- Reposter des contenus publiés par les visiteurs sur lesquels vous êtes [identifiés](#), clients, etc. (demander éventuellement l'autorisation à la personne avant)
- Liker les publications sur lesquelles votre compte a été identifié et remercier la personne.

Exemples

- Éviter un nombre trop important de [hashtags](#), privilégier les plus importants.
- [Mettre en images](#) ses publications. Attention aux [contenus flous ou mal éclairés](#).
- Utiliser des présences professionnelles et ouvertes et non des comptes privés et/ou fermés. Les comptes privés doivent servir de relais.
- Sous-titrer ses vidéos.
- Mettre en avant ses [collaborateurs](#), partenaires, clients, ...
- Travailler avec des influenceurs.

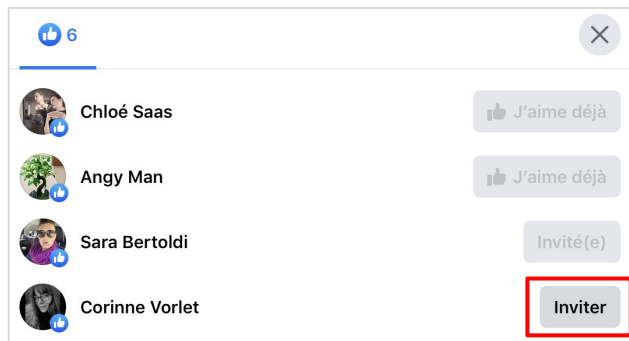
Exemples

- Partager des informations utiles, utilisez des [documents d'archives](#).
- Partager votre actualité et ne pas hésiter à créer des mises en scène.
- Partager des offres spéciales, proposer des [concours](#)... mais avec modération.
- Partager de belles photos/vidéos et/ou originales. L'aspect général d'un compte Instagram est important.
- Partager ses événements à venir sous forme d'événements Facebook.
- Créer de l'engagement, animer sa communauté en répondant aux commentaires et aux [avis](#) laissés.
- Prenez possession des [présences à votre nom](#).

Cours du 8 février

Exemples

- [Annoncer la thématique du post](#) avec des crochets ou autres caractères
[Recette] [Conseil] [Balade]
- Utiliser des [emojis](#) pour faciliter la lecture de la légende
🍷 Nouvelle carte des vins
📅 A venir déguster dès le mois de mars
- Liker les partages de votre publication et inviter les personnes à aimer votre page (si c'est pas déjà le cas)

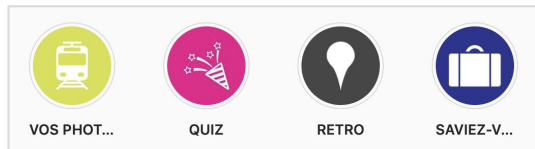


Exemples

- Ajouter une légende lors d'un [partage de post](#) pour compléter l'information avec une remarque plus personnelle en lien avec son établissement. Et retirer le lien.
- Privilégier l'utilisation de [photos carrées](#) ou verticales plutôt que horizontales.
- Utiliser des photos libres de droits plutôt que des photos payantes avec le logo de la banque d'images ou [téléchargées sur internet](#).
- Éviter de publier des [supports print](#) (flyers, affiches, etc.) ou des [captures d'écran](#) et refaire des visuels différents grâce à Canva par exemple.
- [Mentionner les présences](#) de vos partenaires, invités, ...
- Utilisez les [fonctions de ciblage par langue](#).

Exemples

- Utiliser les [highlights](#) afin que les stories soient visibles plus de 24 heures, vous avez la possibilité de personnaliser les miniatures



- [Utiliser un maximum de fonctionnalités](#) (Stories, stickers, localisation, identification, IGTV, Reels, etc.)
- Reposter des contenus publiés par les visiteurs sur lesquels vous êtes [identifiés](#), clients, etc. (demander éventuellement l'autorisation à la personne avant)
- Liker les publications sur lesquelles votre compte a été identifié et remercier la personne.

Exemples

- Éviter un nombre trop important de [hashtags](#), privilégier les plus importants.
- [Mettre en images/en scène](#) ses publications. Attention aux [contenus flous](#) ou mal éclairés.
- Utiliser des présences professionnelles et ouvertes et non des [comptes privés](#) et/ou fermés. Les comptes privés doivent servir de relais.
- [Sous-titrer ses vidéos](#).
- Mettre en avant ses [collaborateurs](#), partenaires, clients, ...
- Travailler avec des influenceurs.

Exemples

- Partager des informations utiles, utilisez des documents d'archives.
- Partager votre actualité et ne pas hésiter à créer des mises en scène.
- Partager des offres spéciales, proposer des concours... mais avec modération.
- Partager de belles photos/vidéos et/ou originales. L'[aspect général](#) d'un compte Instagram est important.
- Partager ses événements à venir sous forme d'événements Facebook.
- Créer de l'engagement, animer sa communauté en répondant aux commentaires et aux [avis](#) laissés.
- Prenez possession des [présences à votre nom](#).



**Avez-vous encore des questions?
On y répond!**

David Labouré
d@deboutsurlatable.ch

Lucille Mesot
lm@deboutsurlatable.ch