

DEBOUT  
SUR LA  
TABLE

# **Utilisation professionnelle des réseaux sociaux**

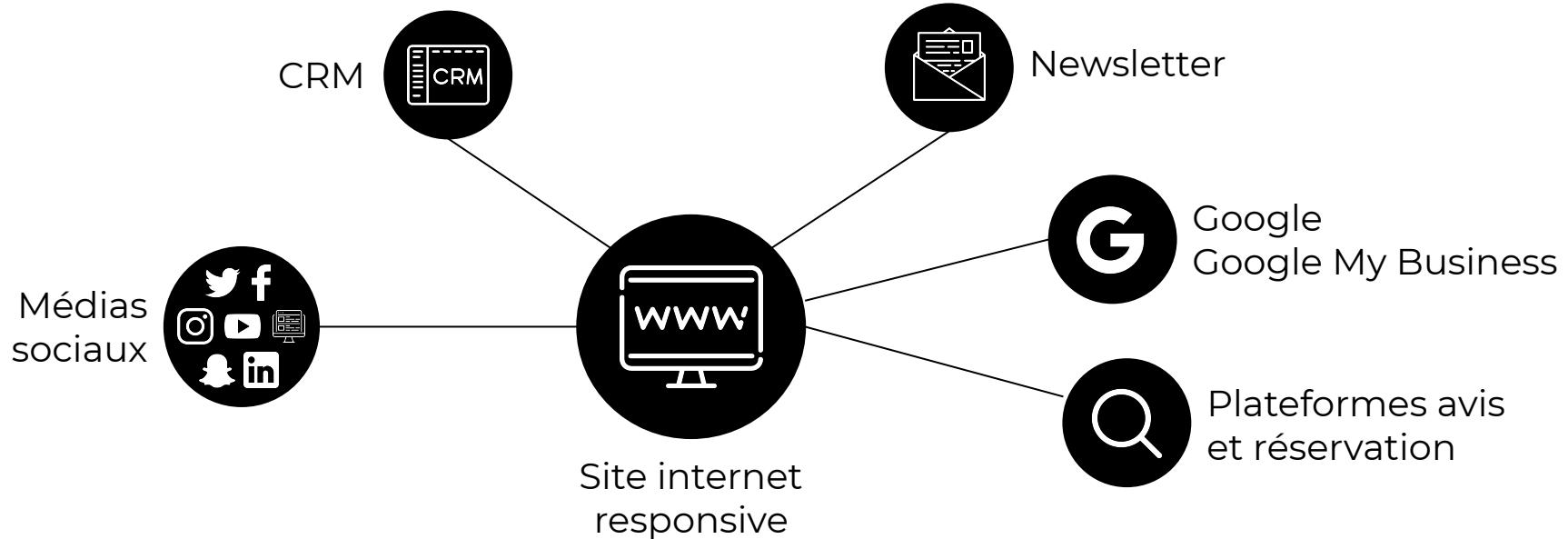
**La place des médias sociaux  
dans votre communication  
est importante...**

# **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

<b>Fil d'actualité (Feed)</b>	Page d'accueil des réseaux sociaux où sont affichées les publications des comptes et pages suivis ainsi que de la publicité.
<b>Story</b>	Publication à durée de vie éphémère, généralement 24 heures. Ce format existe sur Snapchat, Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, LinkedIn, Messenger et même YouTube.
<b>Hashtags</b>	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**

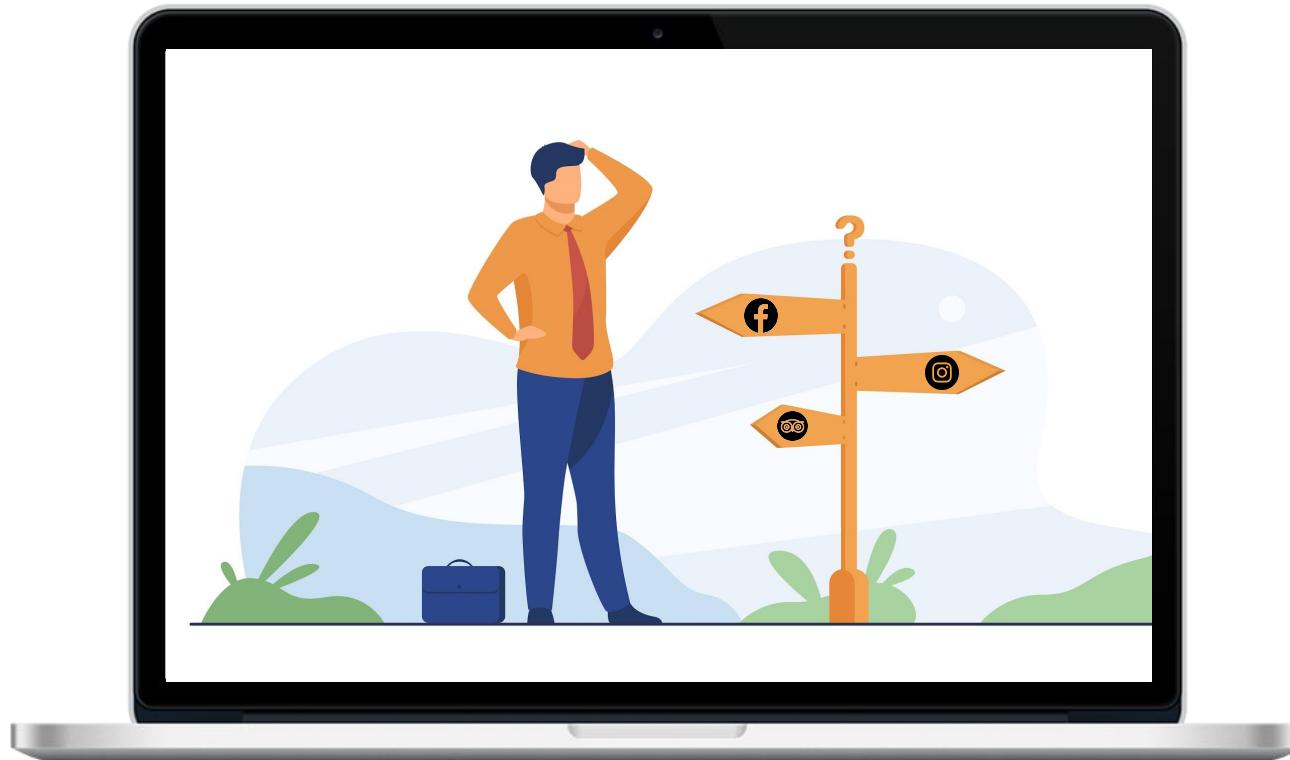
Verbe « aimer » en anglais : un like est une action sur les réseaux sociaux qui démontre l'appréciation de l'utilisateur pour une publication.

## **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

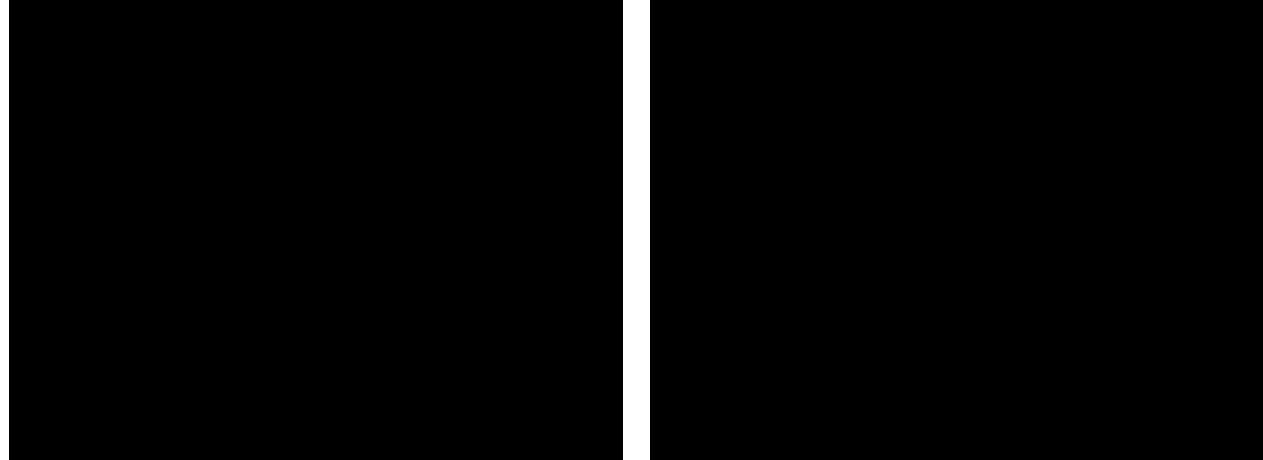
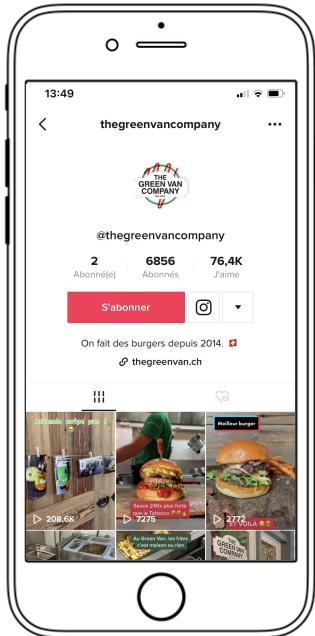
-  **Facebook** Découvrez notre nouvelle carte de hamburgers
-  **Twitter** #SwissCovid le nouveau burger préféré d'@Alain\_Berset
-  **Instagram** Notre délicieux hamburger à la raclette #bestburgerintown
-  **LinkedIn** Notre restaurant élu meilleur fast food de la région par TripAdvisor
-  **Pinterest** 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 nos nouvelles recettes
-  **& Google**

# 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

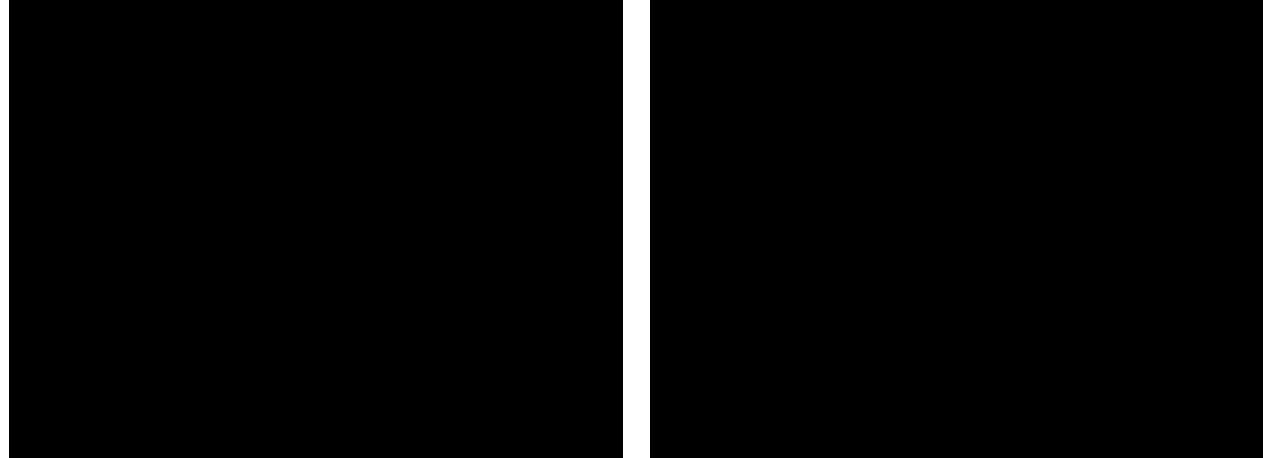
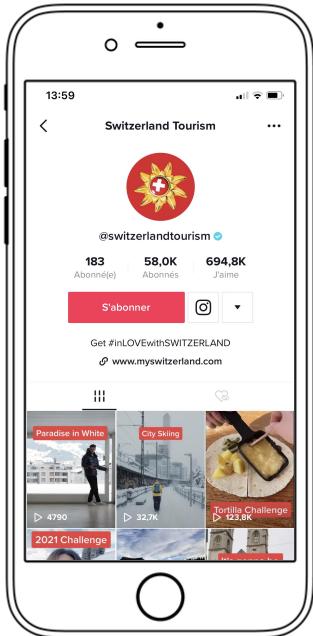
## The Green Van Company



**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			FR	DE	IT				FB	IG	
<b>JANVIER</b>											
4	vendredi 1 janvier	Post: Voeux de bonne année				Nadia	Publié		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-24
5	<b>lundi 4 janvier</b>	Post: Emission France Culture: Comment vivre dans un r	✓			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	<b>lundi 11 janvier</b>	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 <a href="#">ciao.ch</a>	✓	✓	✓	Lucille	Publié	En cours	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-10
17	<b>lundi 18 janvier</b>	Post: <a href="#">Monado.ch</a> La puberté	✓			Nadia	Publié		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-7
18	lundi 18 janvier	Post: Radio Neo1 - 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 Projuvanture: Idées pour bien passer cet hiv				Nadia	Programmé		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-1
23	<b>lundi 25 janvier</b>	Post: Article Santé magazine - Poursquois 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

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Modération / Polémique</b> | 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 |
| <b>Avis, réclamations</b>     | Répondez systématiquement même si la critique n'est pas bonne   |
| <b>Langues</b>                | Utilisez les outils à disposition pour le multi-langue  |
| <b>Orthographe</b>            | Ayez une orthographe irréprochable  |
| <b>Hashtags</b>               | 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

BCJ est avec Steven Barras et 7 autres personnes. 15 décembre 2020 · \*

LA BCJ LAISSE TOMBER LA CRAVATE !

Fini le temps du code vestimentaire strict, du costume terne et l'obligation de porter une cravate.

Aujourd'hui, la BCJ se veut moderne et tendance à l'image de sa clientèle !

Nos équipes ont adopté deux styles entre moderne et tradition : "smart casual" et "business casual", afin d'être toujours plus proche de vous... 🤗

#bcj #banquecantonaldeajura #dresscode #guidevestimentaire #smartcasual



...on laisse...  
...tombe la cravate

125 10 commentaires 25 partages

Auberge d'Ajoie 😊 se sent ravi(e). 9 juillet 2020 · \*

Vous hésitez encore? 😊  
L'Auberge élue coup de ❤️ par le magazine « ELLE » dans un article consacré aux plus belles terrasse 😍 MERCI!! #ellesuisse



CANTON DU JURA  
DU VERT À PESTE DE VUE

UN HAVRE DE PAIX

AUBERGE D'AJOIE UN COUP DE CŒUR

AUBERGE D'AJOIE

...tome la cravate

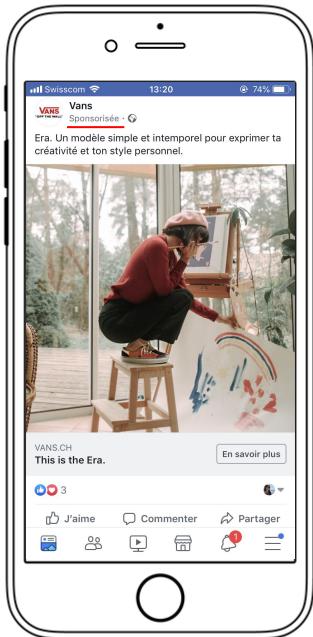
129 17 commentaires 16 partages

# Formats & emplacements

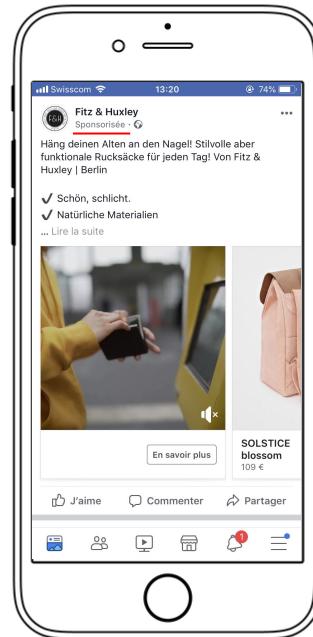
## Facebook



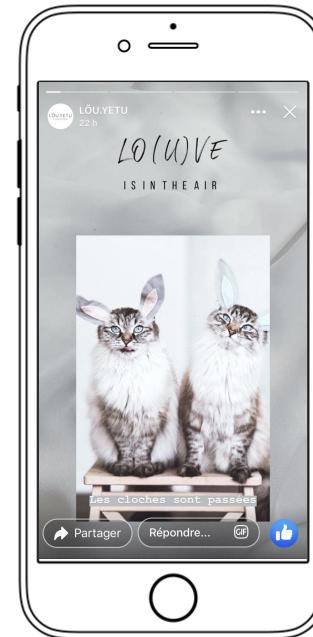
Contenu simple  
photo ou vidéo



Post lien  
photo ou vidéo



Carrousel  
photo et/ou vidéo



Stories 9:16  
photo et/ou vidéo

# Formats & emplacements

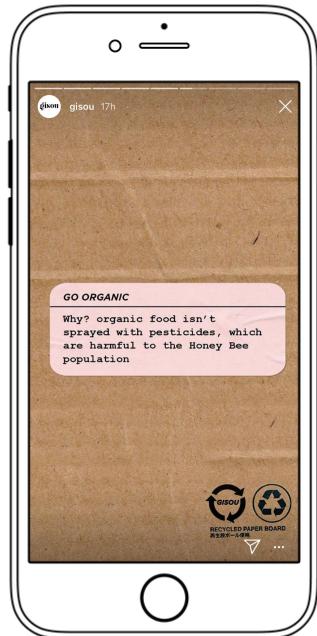
## Instagram



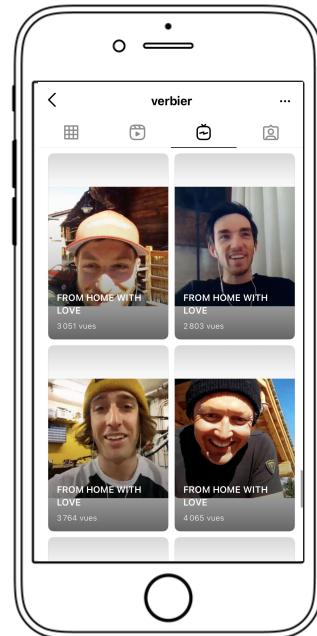
Contenu simple  
photo ou vidéo



Carrousel  
photo et/ou vidéo



Stories  
photo et/ou vidéo



IGTV  
vidéo verticale



Reels  
vidéo verticale

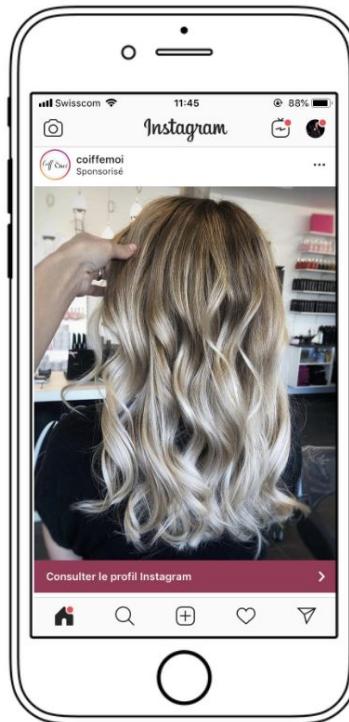
## Horizontal



## 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

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

Publications temporaires  
(24h)

Fil d'actualité

Messages privés

Profil

Reels



# 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

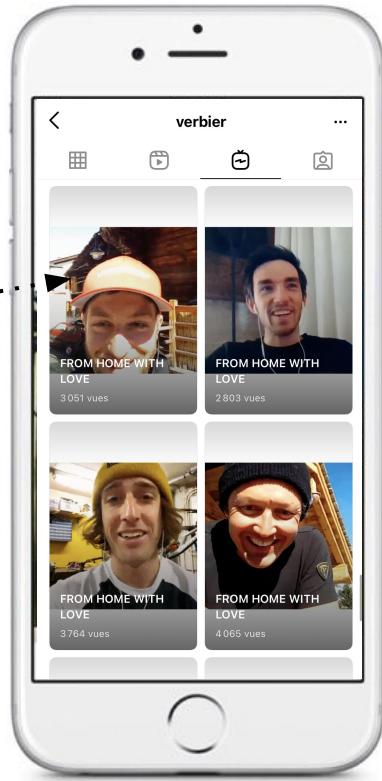
**Curseur** : interrogez vos abonnés

**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

The screenshot shows the Facebook desktop website interface. At the top, there's a navigation bar with links like Lucille, Agenda, Agorapulse, Business Manager, Canvas, Creator Studio, Google Analytics, Google Drive, Facebook, FB Help, FB Pubs, Instagram, Inspi, Instapage, LinkedIn, Newsletters, Pinterest, Popupsmart, LDD, and more. The main header has a search bar "Rechercher sur Facebook" and a "Home" button. On the left sidebar, there are sections for "Lucille Mesot" (Pages, + de 9 NOUVELLES), "COVID-19 - Centre d'information", "Amis", "Groupes" (+ 1 nouveau), and "Voir plus". Below this is a "Vos raccourcis" section with links to various local businesses. The central feed area shows several posts: a story from "Créer une story", a post from "Santépsy.ch" asking about mental health, a post from "SAWI", a post from "Firstmed", a post from "Glacier 3000", and a post from "Songes - Mobilier, déco &...". There's also a live video from "Quotidien avec Yann Barthès" featuring a man's face. To the right, there are sections for "Vos Pages" (Aquatix Aquarium-Vivarium Lausanne) and "Contacts" (Guillaume Chardonnens, Alicia Richon, David Labouré, Léanne Freléchoux, Chris Robert, Fanny Utiger, Benjamin Friant, Raphaël Dupertuis, Aude Ratzé, Julio Pérez Garcia). A message input field says "Que voulez-vous dire, Lucille ?" with options for "Vidéo en direct", "Photo/Vidéo", and "Humeur/Activité".



# Creator Studio

The screenshot shows the Facebook Creator Studio interface on a laptop. The top navigation bar includes links like Fichier, Édition, Présentation, Historique, Signets, Développement, Fenêtre, Aide, and a search bar for business.facebook.com. The left sidebar has a blue header "Créer une publication" and a list of options: Accueil, Bibliothèque de contenus, Statistiques, Boîte de réception+, Monétisation, Outils de création, Paramètres, and Ressources. The main content area is titled "Accueil" and features several sections: "Toutes les Pages (41)" with a "Créer une publication" button; "Publier quelque chose..." input fields; "Ajouter une story", "Importer une vidéo", and "Lancer un direct" buttons; "Recommandations (1)" with a message about new monetization tools; "Statistiques" showing 3,6 K minutes vues (red -7.04%); "Publications récentes" showing three posts with 0, 1, and 57 interactions respectively; and "Publications" showing 2 programmed publications, 2 brouillons, and 0 expired publications.



# Publicité

The image shows a tablet displaying a Facebook page for the page "Santépsy.ch". The left sidebar lists various sections: Accueil, Fil d'actualité (8 nouvelles), Espace Pubs, Boîte de réception (3 nouveaux messages et 4 nouveaux commentaires), App Store Business, Centre de prospects (1 nouvelle), Événements, Ressources et outils, and Creator Studio. A blue "Promouvoir" button is at the bottom of the sidebar.

The main content area shows a post from "Santépsy.ch" published by Agorapulse on January 29, 2011, at 11:30. The post discusses how work is an important part of daily life and its impact on mental health. It includes a video thumbnail showing a man standing outdoors.

Below the video, a caption reads: "Vous avez perdu votre travail suite au ...". The post has 140 views and 10 likes. At the bottom, there are buttons for "J'aime", "Commenter", "Partager", and "Booster la publication". A red box highlights the "Booster la publication" button.



# Publicité

The image shows a laptop screen with the Facebook Ads Manager interface open in a web browser (Safari). The page is titled "Booster la publication" (Boost Post) under the heading "Compte publicitaire Santé Psy (2288962054...)".

**Objectif**: Quels résultats attendez-vous de cette publicité ?  
Automatique: Laissez Facebook sélectionner l'objectif le plus pertinent après vos paramètres. [Modifier](#)

**Bouton**: Nom du bouton: En savoir plus

**Catégorie publicitaire spéciale**: [En savoir plus](#)  
Publicités portant sur des enjeux sociaux (comme l'économie ou les droits civiques et sociaux), des élections, ou des personnalités ou campagnes politiques.

**Audience**: Qui devrait voir votre publicité ?  
Personnes choisies par l'intermédiaire du ciblage: [Détails de l'audience](#) (Lieu - Résidence Suisse)

**Résultats quotidiens estimés**: Personnes touchées: 926 - 2,7 K

En cliquant sur Booster la publication, vous acceptez les [Conditions générales](#) de Facebook.

Pages d'aide [Booster la publication](#)

The right side of the screen displays a preview of the boosted post from "SantéPsy.ch" titled "L'angoisse de la perte de l'emploi". The post has 36 likes and 1 share. Below the preview are standard social media interaction buttons: J'aime, Commenter, Partager, and a "Voir tous les aperçus" button.



# Pause

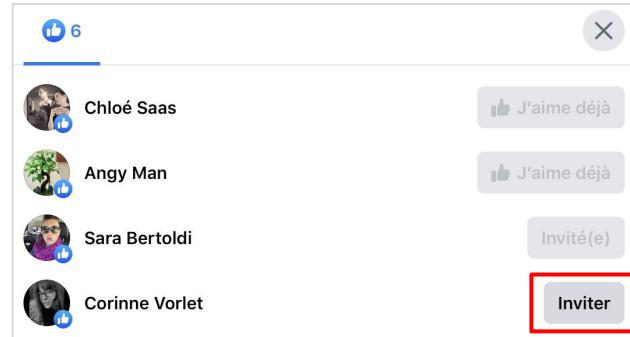
# **Retour sur les présences professionnelles des participants**

**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  
 17 July 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)





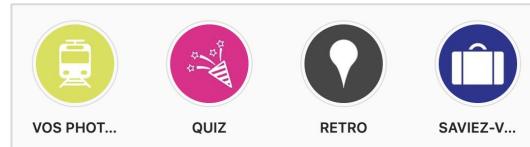
# Exemples

- 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.



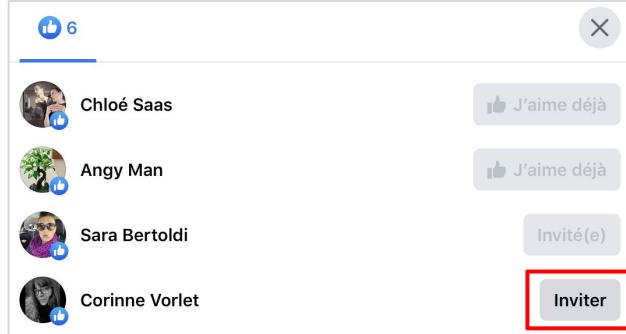
# Exemples

- 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)

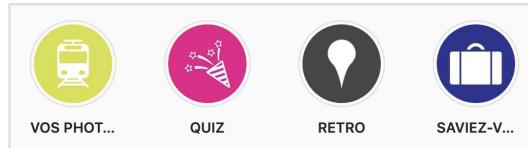


# Exemples

- 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.

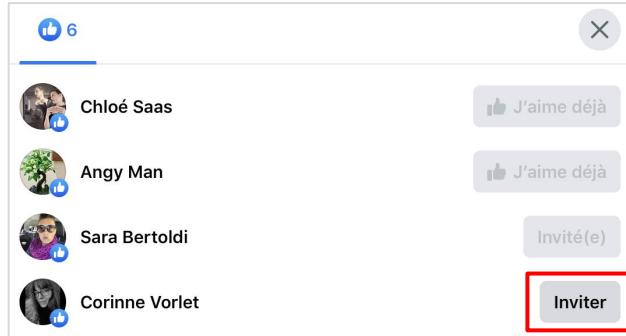
# Exemples

- 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)

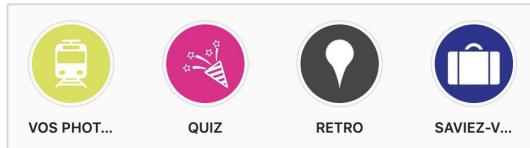


# Exemples

- 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