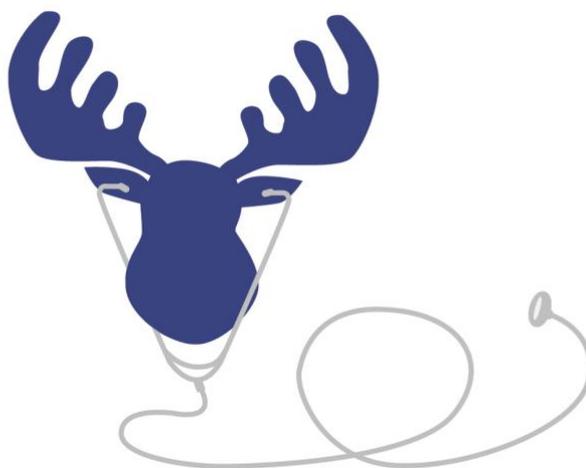




# Dr Élan



« Cher Dr Élan,

Notre PJ a des difficultés à rester actif sur les réseaux sociaux. Que puis-je faire pour mieux promouvoir notre PJ et nos activités ? »

**Dr Élan :**

On l'a tous déjà entendu des centaines de fois : les réseaux sociaux sont actuellement les moyens de communication les plus importants pour les entreprises, les associations et également ton PJ. Mais il ne suffit pas d'être actif et de publier régulièrement des choses, il faut aussi organiser la présentation des textes. Pour rester actif et publier les bons articles, ton PJ doit comprendre certaines choses et veiller à respecter quelques règles :

## **Organiser l'équipe**

Avant toute chose, il faut que la répartition des tâches au sein du PJ soit claire. Une personne doit donc être responsable du ou des canaux de communication sur les réseaux sociaux. Elle veillera à ce que du contenu soient régulièrement publiés (par exemple une fois par semaine). Vous pouvez aussi répartir les tâches et élaborer un plan annuel afin que ce soit toujours un autre membre du PJ qui soit responsable d'une publication. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans la [brochure « Membres »](#).

## **Préparer des publications**

Bien entendu, il y a parfois plus et parfois moins de contenu intéressant à publier. Ça ne veut pas dire pour autant que vous deviez omettre certains éléments importants ou rester inactifs durant



plusieurs semaines. Mettez les articles de côté et organisez-les, par exemple à l'aide d'un gestionnaire de médias sociaux tels que [Buffer](#). Grâce à cet outil, vous pouvez programmer la parution de vos articles.

### **Définir le groupe cible**

Qui vous suit sur les réseaux sociaux ? Pour créer le bon contenu, vous devez d'abord connaître votre groupe cible. Qu'est-ce qui rend ce groupe cible spécial ? Comment se comporte-t-il ? En répondant à ces questions, vous pourrez publier des articles correspondant au groupe cible.

**Exemple :** les membres aimeraient être informés des manifestations qui sont organisées. Il convient alors par exemple de publier sur Facebook un événement que vous pouvez ensuite partager ou envoyer à certains membres.

### **Choisir les bons canaux**

Dès que vous aurez sélectionné votre groupe cible, vous pourrez réfléchir à la plate-forme qui vous permettra de l'atteindre. Vos lecteurs sont-ils actifs sur Facebook, sur Instagram ou sur Twitter ?

**Exemple :** ce sont surtout les politicien-ne-s et les journalistes qui sont actif-ve-s sur Twitter. Est-ce que vous voulez partager avec eux vos communiqués de presse ou les rapports des médias publiés au sujet de votre PJ ? Il vaut alors peut-être la peine de créer un profil sur Twitter.

### **Définir ce que vous voulez communiquer**

Quel message se trouve derrière vos publications ? Votre objectif doit être défini de manière claire pour chacun de vos articles.

**Exemple :** écrire un article sur un projet que vous avez mené avec succès, appeler votre public à aller voter ou promouvoir un événement.

### **Présentation des publications**

Comment attirez-vous l'attention sur vos publications ? Réfléchissez aux images ou vidéos qui suscitent l'intérêt de votre groupe cible.

**Exemple :** il est souvent plus intéressant de réaliser soi-même une courte vidéo sur une manifestation plutôt que d'écrire un simple texte accompagné d'une photo.

[Participez à un workshop multimédia.](#)