



Co-funded by  
the European Union

# "Atelier sur les réseaux sociaux"

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



CEIPES



# Présentation des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont des plateformes en ligne qui permettent aux gens de se connecter, de partager du contenu et d'interagir les uns avec les autres. Ils sont devenus des outils essentiels pour la communication et le marketing numérique, offrant de nombreuses opportunités aux entreprises et aux projets.



# Stratégies de mise en œuvre des réseaux sociaux

1. Définissez **des objectifs** clairs et mesurables à atteindre sur les réseaux sociaux
2. Identifiez les **réseaux sociaux** les mieux adaptés à votre projet et à votre cible
3. Élaborez **un plan éditorial** avec un contenu de qualité, cohérent avec la marque.
4. Établissez une **fréquence de publication** régulière et cohérente sur les réseaux sociaux.
5. Faites appel à **des influenceurs** et à **des ambassadeurs** de marque pour votre projet.
6. Surveillez **les indicateurs** et analysez les données pour améliorer votre stratégie.

# Diffusion sur les réseaux sociaux

1. Publications régulières sur **les profils** des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter)
2. Utilisation de **hashtags ciblés** pour accroître la visibilité et atteindre le public cible
3. Partenariats avec **des influenceurs** et **des créateurs de contenu** dans votre secteur d'activité pour amplifier votre
4. **Liens** inclus dans le contenu pour guider les utilisateurs vers votre site web ou d'autres ressources
5. Investir dans **la publicité sur les réseaux sociaux** pour toucher un public plus large et plus ciblé
6. Tirer parti **des fonctionnalités de partage** pour encourager le bouche-à-oreille numérique

# Quelle plateforme de réseaux sociaux devriez-vous choisir ?

	CIBLER	SURVEILLER
 <b>Facebook</b>	Le grand public	Facebook Insights PUBLICATION - ENGAGEMENT - ABONNÉS - J'AIME
 <b>Instagram</b>	Jeunes - Influenceurs Entreprises	Instagram Insights PUBLICATION - IMPRESSION - ABONNÉS - J'AIME
 <b>LinkedIn</b>	Entreprises Employeurs - Adultes	Analyses LinkedIn ENGAGEMENT
 <b>X Channel Tik</b>	Entreprises - Parties prenantes Agences - Décideurs politiques	Analyses Twitter PUBLICATION - ENGAGEMENT - ABONNÉS - J'AIME
 <b>Tok</b>	Jeunes de 12 à 20 ans NEET - Génération de prospects	Kit Business (compte Pro) VUES – VISITES SUR LE PROFIL – NOUVEAUX ABONNÉS

# Utilisation des réseaux sociaux en fonction du public cible



## Jeunes et étudiants



Ce public cible préfère les plateformes de réseaux sociaux telles qu'Instagram et TikTok, ainsi que les contenus visuels, divertissants et interactifs. Concentrez-vous sur les vidéos, les reels et les défis engageants susceptibles de capter leur attention.



## Travailleurs et cadres

Pour atteindre ce public cible, LinkedIn est le principal canal de partage de contenus à forte valeur ajoutée, tels que des articles, des infographies et des vidéos éducatives. Mettez l'accent sur l'expertise et les compétences de la marque.



## Familles et parents



Facebook et Instagram sont les réseaux sociaux les plus adaptés pour interagir avec ce public cible. Concentrez-vous sur des contenus pratiques, des conseils et des témoignages liés à la vie quotidienne, en utilisant un ton accueillant et informel.



## Utilisateurs âgés

Cette tranche d'âge a tendance à préférer les plateformes plus traditionnelles telles que Facebook. Créez des contenus simples et facilement accessibles, en utilisant un langage clair et une approche bienveillante.

# Stratégie

**Quelles plateformes de réseaux sociaux devriez-vous ouvrir ? Facebook ? Twitter ? LinkedIn ? Instagram ? YouTube ? TikTok ?**

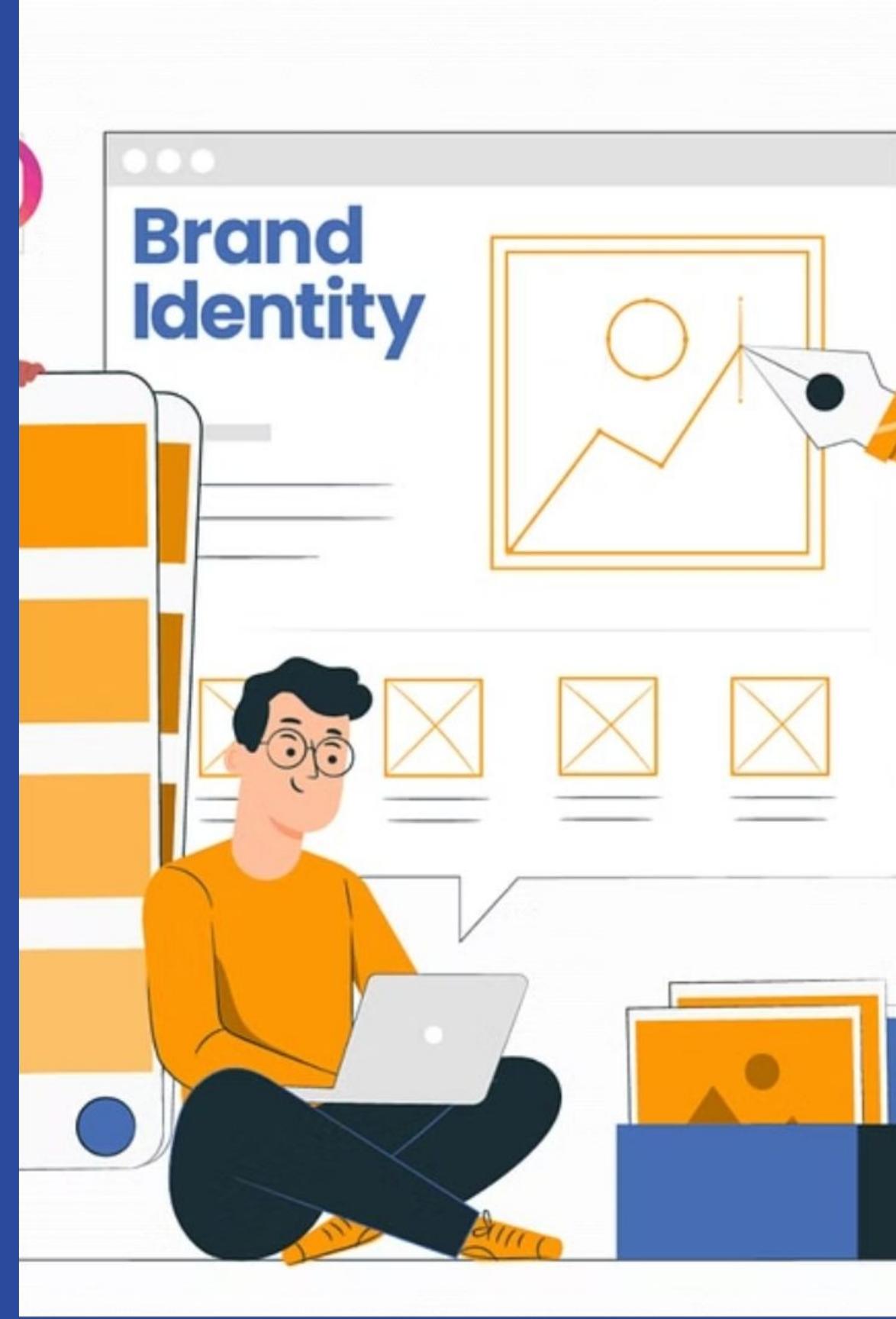
Les questions à vous poser sont les suivantes :

1. Ce réseau social est-il cohérent avec votre stratégie de communication ?
2. Votre public cible est-il présent sur les réseaux sociaux ?
3. Vos concurrents sont-ils présents sur les réseaux sociaux ?
4. Employez-vous les bonnes ressources (temps, argent et ressources humaines) ?

# Créer l'identité de marque du projet sur les réseaux sociaux

Il est essentiel de créer une identité de marque forte et distinctive sur les réseaux sociaux pour assurer le succès de votre projet. Créez une image distinctive et identifiable qui véhicule les valeurs et la personnalité de votre marque de manière attrayante.

Développez un logo, une palette de couleurs et un style visuel cohérents sur toutes les plateformes de réseaux sociaux. Utilisez des graphiques, des photos et des vidéos de haute qualité pour transmettre votre professionnalisme et votre authenticité.



# Identité de marque

- Logo
- Images pour les réseaux sociaux
- Brochure
- Flyers
- Modèle PPT
- Modèle WORD
- Roll-up

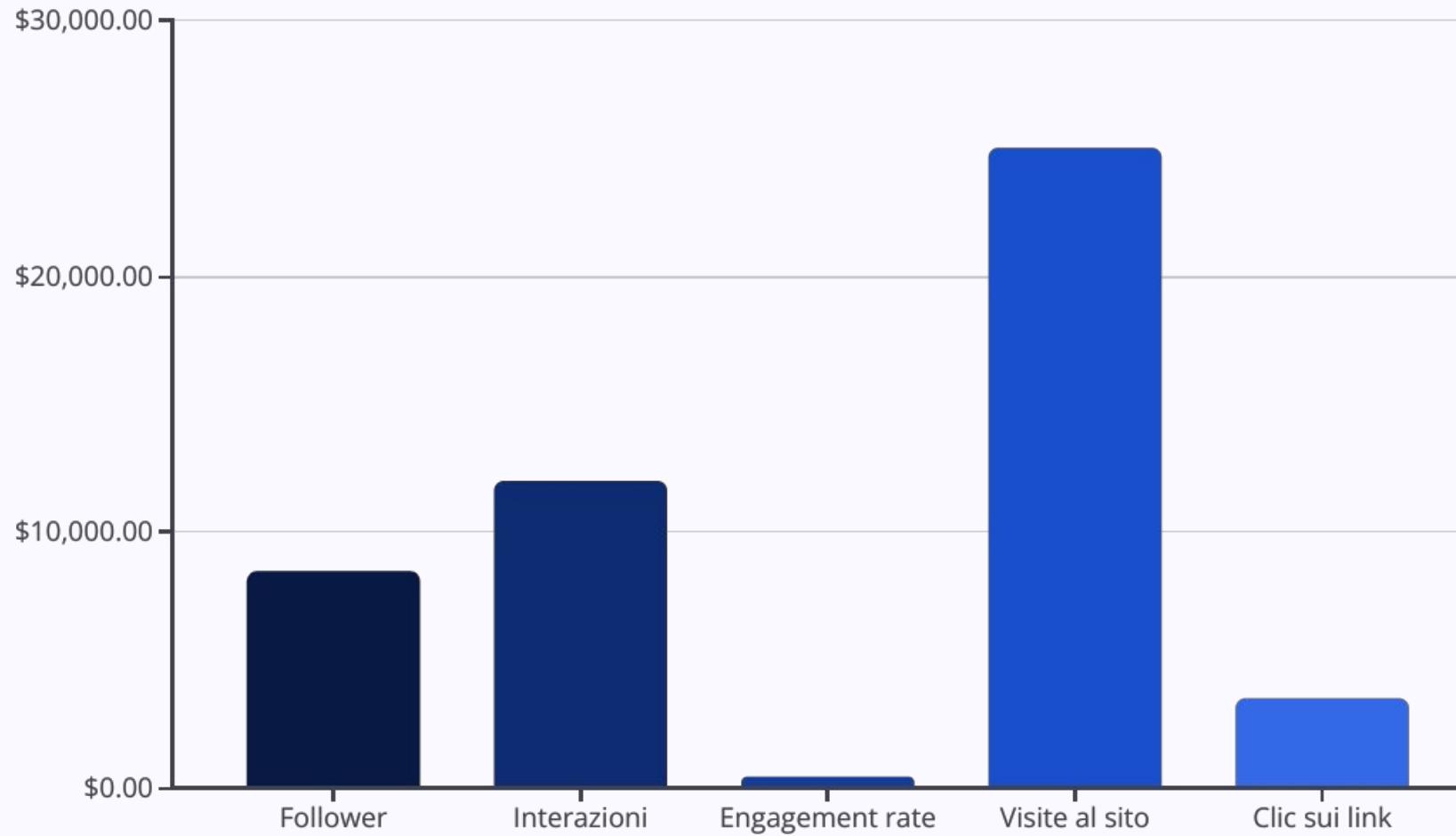
# Planification du contenu pour les réseaux sociaux

- Mise en place d'un planning éditorial**  
Créez un calendrier éditorial pour vous aider à planifier le contenu des réseaux sociaux de manière organisée, en accord avec les objectifs de communication de votre projet.
  - Produisez du contenu de qualité**  
Développez une grande variété de formats de contenu, tels que des publications textuelles, des images, des vidéos, des sondages et des récits, afin de maintenir l'intérêt de votre public.
  - Planifier les publications**  
Utilisez des outils de planification et de programmation des publications pour assurer une présence cohérente et régulière sur les réseaux sociaux, sans surcharger votre équipe.



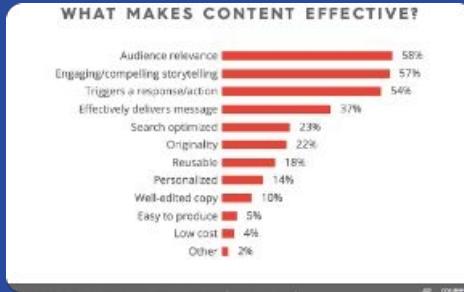
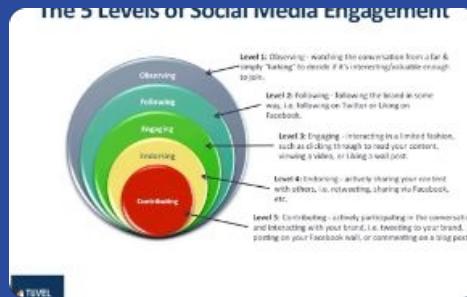
# Analyse des données et réseaux sociaux

Pour évaluer l'impact de votre projet sur les médias sociaux, il est essentiel de surveiller les indicateurs clés et d'analyser les données collectées. Cela vous permettra de comprendre l'efficacité de vos stratégies et d'apporter les modifications nécessaires pour atteindre vos objectifs.



Les données collectées vous aideront à comprendre le degré d'interaction et d'engagement de votre audience, ainsi qu'à surveiller le trafic généré sur votre site web. En analysant régulièrement ces indicateurs, vous pourrez affiner votre stratégie et obtenir des résultats toujours meilleurs.

# Engagement communautaire sur les réseaux sociaux



## Favorisez le dialogue

Encouragez la communication bidirectionnelle avec votre communauté en répondant aux commentaires et aux questions de manière personnalisée et dans les meilleurs délais.

## Favorisez le bouche-à-oreille

Encouragez les utilisateurs à partager votre contenu en leur offrant des récompenses ou des opportunités de participation active.

## Collaborez avec des influenceurs

Engagez des influenceurs dans votre secteur d'activité pour amplifier votre présence et toucher de nouveaux followers potentiels.

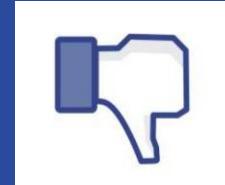
## Générer du contenu partagé

Encouragez les utilisateurs à créer et à partager leur propre contenu en utilisant votre marque afin d'accroître l'engagement et la visibilité.

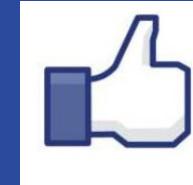
# Le principe du bon comportement

## RÈGLES DE CONDUITE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

N'oubliez pas que les erreurs peuvent se transformer en échecs, voire nuire à votre image.



- Oublier votre public cible
- Devenir un « harceleur »
- Spammer
- Devenir un troll\*
- Supprimer les publications des utilisateurs
- Faire de la publicité sur les mauvais réseaux sociaux
- Personne qui interagit avec la communauté par le biais de messages provocateurs, irritants et hors sujet dans le but de semer le trouble.



- La qualité plutôt que la quantité
- Participer, tester.
- Communication naturelle et humaine (non formelle)
- Créer de l'engagement, tisser des liens solides, créer une communauté

# OUTIL DE CONCEPTION GRAPHIQUE



**Canva** est une plateforme en ligne utilisée pour créer des graphiques, des affiches, des identités de marque, des présentations, des flyers d'événements et des cartes pour les réseaux sociaux. L'application comprend des modèles prédéfinis et peut être utilisée gratuitement. Cependant, des fonctionnalités premium peuvent être ajoutées en souscrivant à un abonnement payant.

**CANVA est disponible pour les ordinateurs de bureau et les appareils mobiles.**

LIEN VERS LE SITE WEB

<https://www.canva.com/>

EXAMPLE





# Conseils

## Type de fichier à utiliser :

PNG ou JPG - version en ligne PDF  
- version imprimable

## Apparence :

Faites attention au format d'image (par exemple, 16:9, 4:3, 16:10)

## Couleurs :

Utilisez toujours des couleurs adaptées au type de fichier que vous souhaitez utiliser (créez un contraste entre l'arrière-plan et le texte).



# CRÉATION DE VIDÉOS



**Clipchamp** est un éditeur vidéo moderne, facile à utiliser et basé sur le Web.

Il a été créé comme alternative à Movie Maker pour Windows et est également disponible en ligne pour d'autres utilisateurs. Le logiciel donne accès à toute une gamme de fonctionnalités permettant de créer et de monter des vidéos directement depuis votre navigateur, sans avoir à télécharger de fichiers sur le cloud. L'interface utilisateur est familière et intuitive : tout fonctionne par glisser-déposer.

Il ne peut être utilisé que dans la version bureau.

**LIEN VERS LE SITE WEB**

<https://clipchamp.com/en/>

Clipchamp is now part of Microsoft. [Read more](#)



Clipchamp

Features

Create

Learn

Pricing

About

Log in

Try for free



# Tous vos besoins vidéo en un seul endroit

Utilisez l'éditeur vidéo Clipchamp pour créer  
beautiful videos today.

Try for free



# CRÉATION DE VIDÉOS



**InShot** est une application gratuite pour appareils mobiles Android ou iOS. Elle est disponible en plusieurs langues. L'application vous permet d'éditer des vidéos, de les redimensionner, d'insérer des transitions, de fusionner plusieurs éléments, d'augmenter la vitesse, de modifier l'audio et d'écouter de la musique, de régler le volume et de créer des diaporamas.

## LIEN

<https://apps.apple.com/it/app/inshot-video-editor/id997362197?l=en>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.camerasideas.instashot&hl=en&gl=US>



# Conseils

- Format vidéo (16:9, 4:3)
- (Ambiant, personnel) audio ; microphones
- Comment utiliser les transitions (ouverture, fermeture, durée)
- Quel équipement utiliser (trépied, téléphone, caméra)
- Quelle doit être la durée d'une vidéo (selon le type)
- Combien de prises réaliser et comment les scénariser
- Utiliser des images et des sons libres de droits





**THANK  
YOU!**