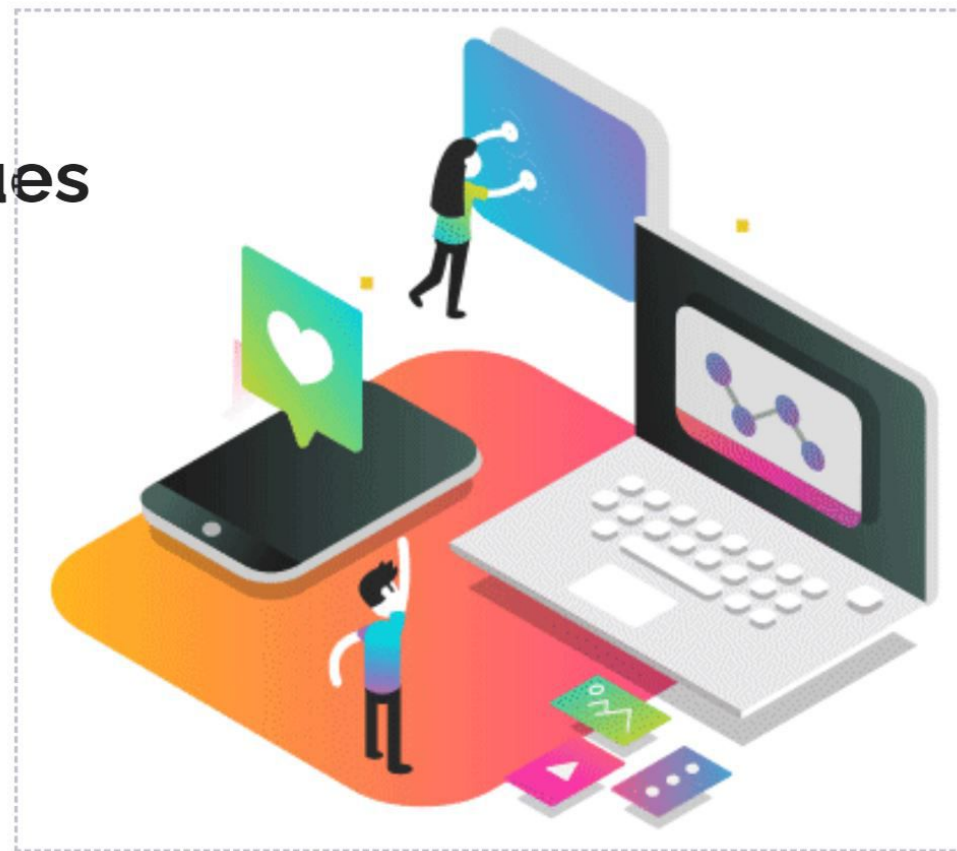


Guide des bonnes pratiques Réseaux Sociaux



Ce guide s'adresse à vous, en tant que **club affilié** à la Fédération Française de Roller et Skateboard. L'objectif est de vous donner quelques **conseils pour la gestion de vos réseaux sociaux**. Expert ou novice, nous vous donnons quelques bons conseils **pour gérer au mieux ces médias**.

[Commencer →](#)





QUELQUES CHIFFRES-CLE POUR COMMENCER



74 %

des personnes sur les réseaux sociaux utilisent le réseau social Facebook



3 H

passées par jour en moyenne sur les réseaux sociaux et outils de messagerie



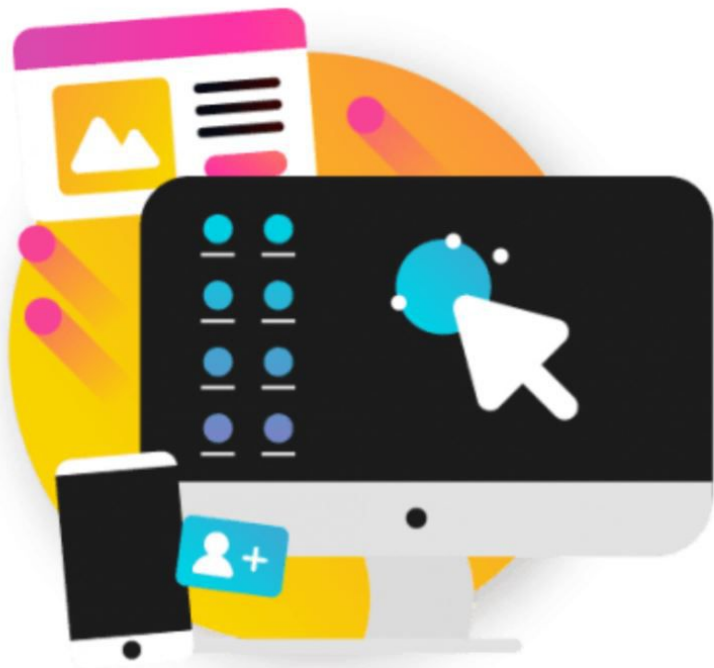
75,9 %

des français sont sur les réseaux sociaux



49,6 M

des français ont au moins un compte sur un réseau social



Pourquoi aller sur les réseaux sociaux ?

Se connecter et avoir un compte sur les réseaux sociaux permet d'**accroître votre visibilité** et d'augmenter le nombre de licenciés au sein de votre club.

De plus, il permet de vous **tenir informé**, de tenir informé vos adhérents et de prendre le contrôle de l'image de votre structure !





Privilégiez les vidéos !

Les vidéos sont très en vogue ces dernières années ! Véritable levier de la communication, les vidéos sont très appréciées par les internautes.



Ayez un titre accrocheur

- > permet d'**attirer l'attention** de l'internaute
- > **le titre** doit être **impactant** et donne envie de regarder
- > **influe sur le choix** de regarder la vidéo ou non



La durée de la vidéo

- > Sur les **réseaux sociaux** privilégiez les **formats courts** : **entre 30 secondes et 1m30**
- > Sur **Youtube** : **entre 2m30 et 7min**
- > **l'internaute doit être captivé** très rapidement et cela se passe dès les **premières secondes de la vidéo** !



Variez les types de vidéos

- > **Vidéos "live"** sur Facebook et Instagram
- > **Interviews** (promouvoir une discipline, un athlète, un équipement, un record ...)
- > **Vidéo institutionnelle** (promouvoir le club, une compétition, un événement, ...)
- > **Vidéo avec un smartphone**, ...

Présentation des réseaux sociaux conseillé en tant que club affilié à la FF Roller & Skateboard

Facebook

Etant le **réseau social le plus connu**.

Il permet de fournir à travers des "pages", des informations aux internautes sur une marque, une entreprise, une structure, un club sportif,...

Il permet également d'**engager la conversation** avec vos cibles et vos adhérents, de **partager des textes, des photos, des vidéos**.

Cible : entre 25 et 49 ans

Instagram

Instagram est un service communautaire sous forme d'**application spécialisée dans l'univers de la photo**.

Il offre la possibilité de **partager des photos et des vidéos**.

Ce réseau est très prisés par les marques.

Il permet également de proposer des "**stories**", étant des vidéos disponibles pendant une durée de 24 heures.

Cible : entre 18 et 25 ans

Présentation des réseaux sociaux conseillé en tant que club affilié à la FF Roller & Skateboard



Etant le **réseau social de la vidéo**.

Ce média social est inévitable pour visionner, partager et commenter des vidéos du monde entier.

Aujourd'hui, YouTube est le **réseau social avec le plus grand nombre d'inscrits**.

Tous les secteurs d'activité sont présents !

Cible : entre 14 et 30 ans



Le réseau social Twitter permet de **publier des messages courts de moins de 280 caractères**.

Véritable source d'informations en temps réel, Twitter permet à vos cibles de **suivre votre actualité en un coup d'oeil**.

Twitter est aujourd'hui très prisé des structures pour sa simplicité et son engouement auprès de nombreuses personnes, tout univers confondus.

Cible : entre 20 et 44 ans

Le guide des interactions sur les réseaux sociaux



J'aime/Like

Réaction qui reflète un intérêt pour une publication et/ou un contenu photo/vidéo



J'adore

Réactions différentes sur Facebook pour refléter un état d'esprit de la part de l'internaute



Commenter

Interaction sur une publication d'un internaute pouvant être autant positif que négatif



Partager

Permet de mettre un contenu sur vos réseaux qui n'est pas le vôtre : créer de l'interaction



Retweeter

Terme utilisé uniquement sur Twitter. Il s'agit du même principe que le "partage"





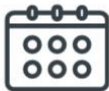
En savoir un peu plus sur les réseaux...



facebook



Quand publier ?



Lundi
Vendredi
Samedi
Dimanche



9h00
15H00
18H00



Quelques conseils

- ✓ Publiez des contenus visuels : principalement des vidéos et des images
- ✓ Mettez sur des publications incitant à la réaction des internautes
- ✓ Publiez régulièrement ! Une à 2 publications par semaine par exemple



En savoir un peu plus sur les réseaux...



Instagram



Quand publier ?



Lundi
Jeudi
Samedi



7h à 9h
17h à 19h



Quelques conseils

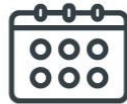
- ✓ Avoir une véritable identité visuelle
- ✓ Utilisez des hashtags pertinents
- ✓ Utilisez les "stories"
- ✓ Avoir des photos et vidéos de très bonne qualité
- ✓ Mettez sur la qualité que la quantité
Utilisez des contenus visuels



En savoir un peu plus sur les réseaux...



Quand publier ?



Lundi
Mardi
Mercredi
Jeudi
Vendredi



7h-9h
11h30-14h
17h-18h



Quelques conseils

- ✓ Utilisé comme un support clientèle supplémentaire
- ✓ Utilisez des hashtags
- ✓ Allez à l'essentiel
- ✓ Utilisez des contenus visuels
- ✓ Avoir une fréquence de publication régulière



LES 9 REGLES D'OR SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Utiliser une photo de profil qui représente votre club (logo par exemple)

Définir le ton à utiliser pour vos futurs messages

Partager des informations diverses régulièrement

Utiliser de bons hashtags

Faire attention à l'orthographe

Répondre aux différents commentaires

Mettre à jour sa biographie régulièrement

Ne pas publier des informations confidentielles

Varier les photos et vidéos pour rendre vos réseaux dynamiques



Utiliser des Hashtags propres à vos disciplines et activités

Hashtag littéralement "mot-dièse" constitue un mot-clé qui permet de faciliter la recherche de même thématique d'informations.
Chaque publication peut être associée à un ou plusieurs hashtags



Liste d'hashtags à utiliser en fonction de votre discipline :

#ffrollerskatebaord

#ffrollerartistique

#ffrollerderby

#ffrollercourse

#ffrollerfreestylebowl

#ffrollerfreestylestreet

#ffrollerfreestylerampe

#ffrollerfreestylefreeride

#ffrollerfreestyleslalom

#ffrinkhockey

#ffrollerhockey

#ffrollerrandonnée

#ffrollertrotinette

#ffrollerdescente



Guide des tailles d'images sur les réseaux sociaux



INSTAGRAM

- **Photo de profil** : 110 x 110 pixels
- **Photo Instagram** : télécharger des photos en 1080 x 1080 pixels
- **Photo en format carré** : 1080 x 1080 pixels
- **Photo en format portrait** : 1080 x 1350 pixels
- **Stories** : 1080 x 1920 pixels



FACEBOOK

- **Photo de profil** : 180 x 180 pixels min
- **Photo de couverture** : 851 x 315 pixels
- **Image d'un lien web** : 1200 x 628 pixels
- **Image partagée** : 1200 x 630 pixels



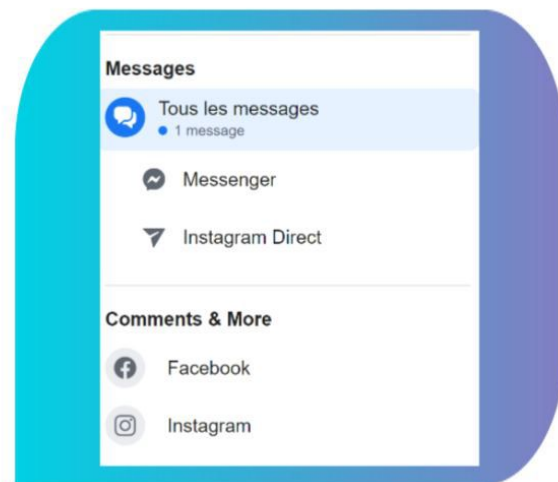
TWITTER

- **Photo de profil** : 400 x 400 pixels
- **Photo de couverture** : 1500 x 500 pixels
- **Photo sur Twitter** : 1024 pixels de large
- **Image d'un lien web** : 506 x 254 pixels



Répondre aux messages /commentaires sur Facebook

1. Cliquez sur Boîte de réception,
2. Cliquez sur Messages,
3. Cliquez sur Messenger, pour avoir accès à l'ensemble de vos messages.
4. Cliquez sur Commentaires et plus, pour répondre aux commentaires sous vos différentes publications.



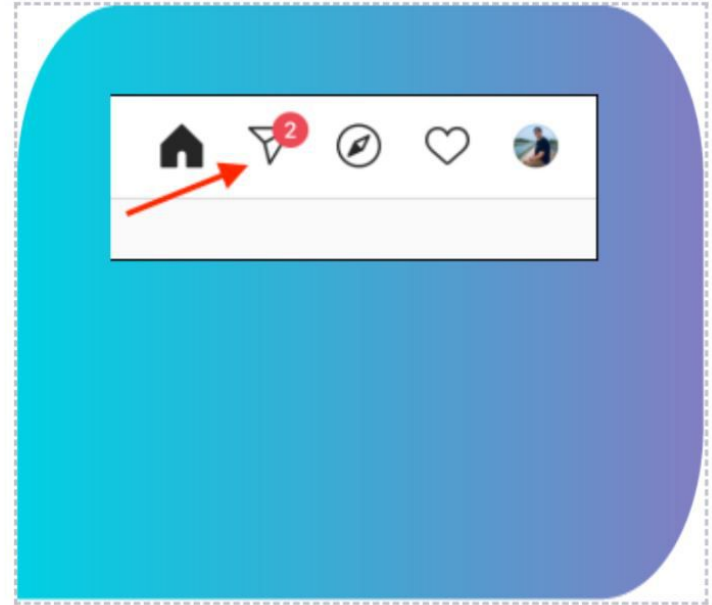
N'oubliez pas de répondre régulièrement à vos messages et commentaires !





Répondre aux messages sur Instagram

1. Cliquez sur l'icone DM "Direct Message" en forme de flèche
2. Sélectionnez une conversation
3. Il ne vous reste plus qu'à répondre aux messages en écrivant votre réponse et en cliquant sur envoyer



N'oubliez pas de répondre régulièrement à vos messages et commentaires !





Répondre a un tweet sur Twitter

1. Trouvez un tweet auquel vous souhaitez répondre
2. Appuyez sur le bouton Reply (répondre) en dessous du tweet
3. Inscrivez votre réponse dans la boîte de dialogue.
+ Appuyez sur le bouton Image (en bas à droite de l'écran) pour ajouter une image
5. Envoyez votre réponse. Appuyez simplement sur le bouton Tweet



N'oubliez pas de répondre
régulièrement à vos
messages et tweets !





Répondre et Réagir à un commentaire sur YouTube

1. Répondre : cliquez sur Répondre pour répondre directement à un commentaire.
2. Ajouter un cœur : sélectionnez le cœur en dessous d'un commentaire pour montrer que vous l'appréciez.
3. Ajouter une mention "J'aime" : sélectionnez le pouce vers le haut pour ajouter la mention "J'aime" à un commentaire.
4. Ajouter une mention "Je n'aime pas" : sélectionnez le pouce vers le bas pour ajouter la mention "Je n'aime pas" à un commentaire.
5. Épingler : sélectionnez Plus puis Épingler pour mettre en avant un commentaire en haut de la page de lecture de votre vidéo. Cette option ne s'affiche que lorsque vous examinez les commentaires d'une seule vidéo.

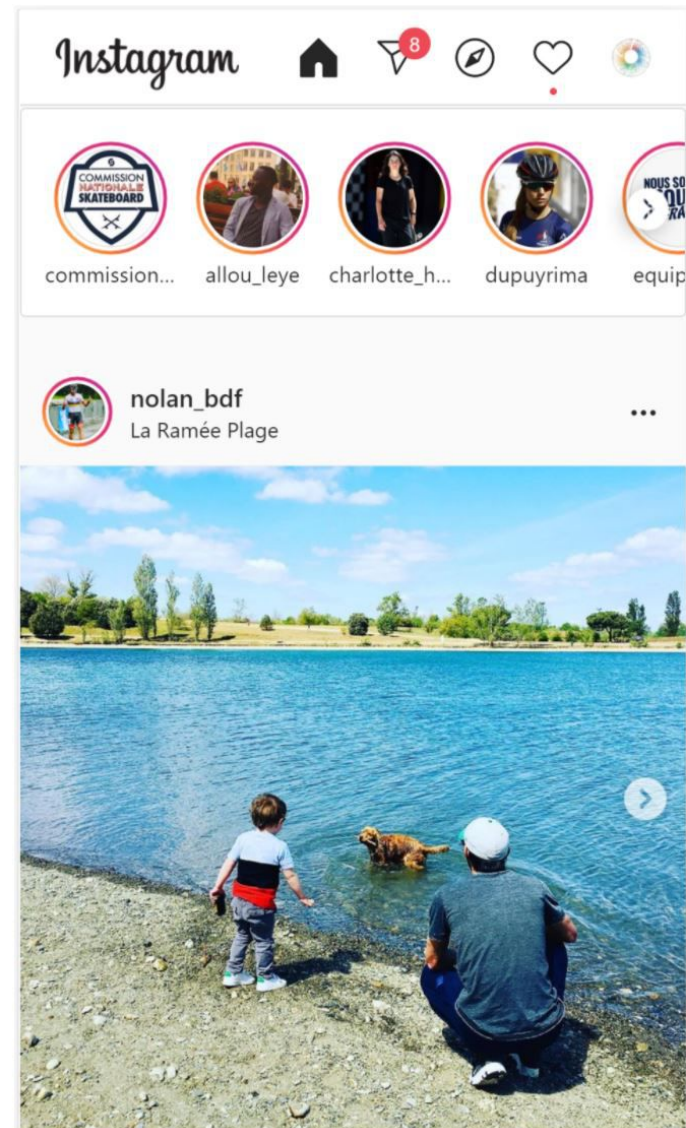
Comment créer une story Instagram ?

La story Instagram est un moyen efficace pour offrir une expérience immersive à votre communauté et rendre vos interactions engageantes !

Pour créer une story Instagram, **sélectionnez l'icône caméra** située en haut à gauche de votre écran ou bien **le rond « Votre story »**. Autre alternative : **balayez l'écran vers la droite à partir de votre fil d'actualité.**

Puis, **appuyez sur le déclencheur pour prendre une photo**, ou bien maintenez votre pression plus longtemps pour enregistrer une vidéo.

Si vous préférez utiliser du contenu existant, **sélectionnez une photo ou une vidéo dans la pellicule de votre smartphone**, via l'icône dédiée située en bas à gauche.

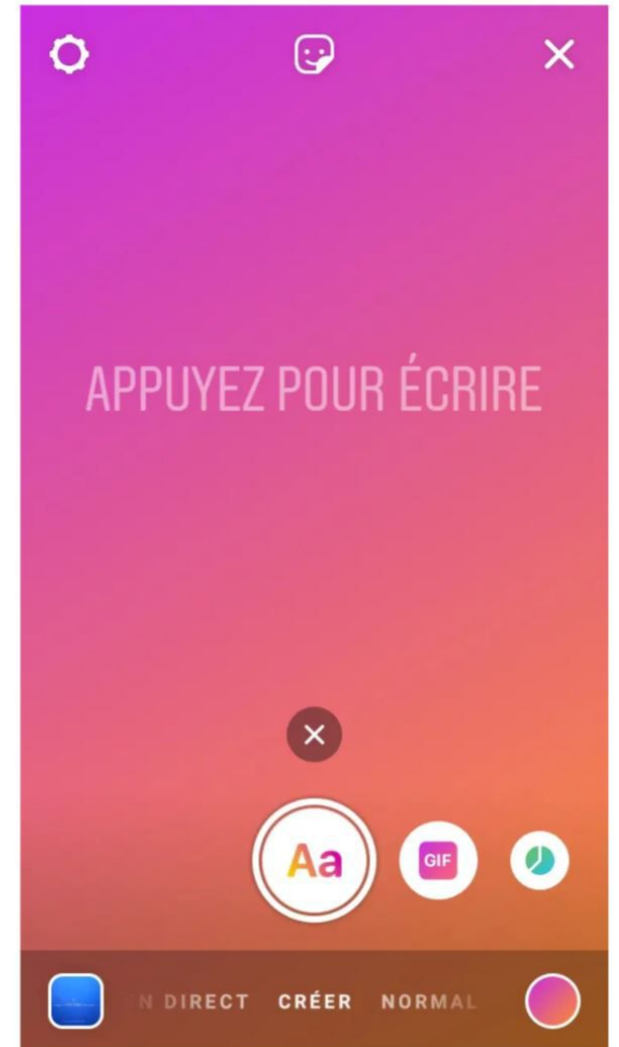


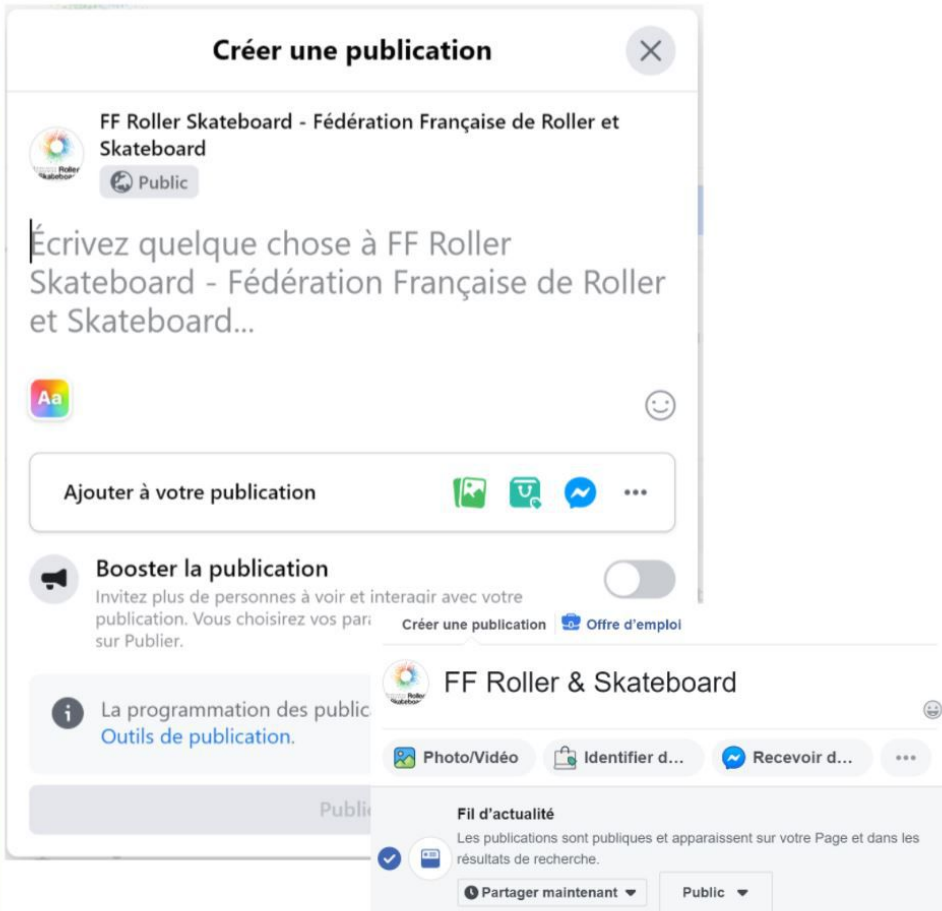
Comment créer une story Instagram ?

Les outils suivants sont disponibles :

- **Stickers Instagram** : position, mentionner, hashtag, musique, heure, sondage, questions, challenge, compte à rebours, température, quiz ...
- Mais aussi des emojis et des GIFs.
- **Texte** : ajouter du texte en choisissant un des 9 styles disponibles : moderne, néon, machine à écrire ... Ajustez l'alignement, modifiez la couleur, utilisez un arrière-plan.
- **Dessin** : le feutre, la flèche, le surligneur (léger effet de transparence), le pinceau néon (contour brillant), l'effaceur.

Gardez en tête que vous pouvez **déplacer, agrandir ou réduire vos stickers, emojis, dessins et textes, très simplement en les sélectionnant manuellement.**





Comment programmer une publication Facebook ?

1. Commencez par créer votre publication en haut du journal de votre Page
2. Cliquez sur "Outils de publications" puis "Créer une publication"
3. Après avoir rédigé votre publication avec le choix de votre photo vidéo, cliquez sur "Partager maintenant" puis sur "Programmer" !
4. Sélectionnez la date et l'heure auxquelles vous souhaitez mettre en ligne la publication
5. Cliquez sur "Planifier la publication"



Lier un compte Facebook et Instagram



Si vous possédez un compte Facebook et Instagram, vous avez la possibilité de les connecter afin de créer une passerelle. Cela vous **permet de partager simultanément vos photos, vidéos et stories sur les deux réseaux sociaux.**

1. Ouvrez l'application Instagram et à l'extrême droite du menu en bas de l'écran, appuyez sur l'icône de votre profil.
2. Accédez ensuite aux options en appuyant sur les trois traits en haut, à droite.
3. Cliquez alors sur Paramètres (roue dentée tout en bas) puis sur Compte > Partage sur d'autres applications
4. Vous aurez alors accès à une sélection de différents réseaux sociaux. Cliquez sur Facebook.
5. Renseignez vos identifiants puis cliquez sur Connexion.
6. Une page va alors apparaître. Cliquez sur le bouton bleu pour permettre à Instagram d'accéder à votre compte Facebook.

Une fois vos comptes liés, vous pourrez facilement **partager sur Facebook toutes les nouvelles photos ou vidéos que vous publierez sur Instagram.** Il suffira à chaque nouvelle publication de sélectionner Facebook dans la section « Publier aussi dans ».



Quoi publier sur mes réseaux sociaux ?

Il est important de **publier ou partager de manière régulière** du **contenu qualitatif et attrayant**.

De plus, il faut savoir alterner entre :

- **Le contenu chaud** (contenu lié à une actualité dont le taux de consultation et d'audience diminue rapidement)
- **Le contenu froid** (contenu dont le taux de consultation et d'audience reste le même sur le moyen et long terme).

L'objectif ici est d'offrir du contenu qui donnera **envie de s'abonner, d'interagir et de partager via vos réseaux sociaux**.



Des actions
mises en place



Des photos de
vos adhérents



Des photos de
vos disciplines



Des résultats de
compétitions



Des
événements



Des offres



Quelques conseils pour la création de visuels photos

Une publication avec aucun visuel et uniquement du texte est 7 fois moins lue qu'avec une photo ou une vidéo !



LE / LES VISUELS

- o Doit **correspondre au message à faire passer**,
- o Rendre une information plus compréhensive rapidement,
- o Jouer sur la **signification des couleurs**.

LE TEXTE

- o **Deux ou trois phrases maximum**,
- o Évitez les couleurs pastels ou fades, illisibles sur certains supports web.
- o Préférez une **police sans sérif** (sans empattement) et en grand caractère

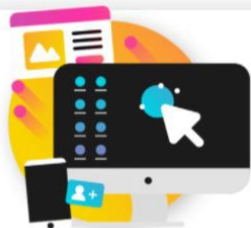
LE LOGO

- o Toujours **détouré** (sans les bords blancs)
- o Toujours **adapté** en respect avec les couleurs du visuel
- o Toujours **en entier** et **non découpé**
- o Placé dans les extrémités du visuel



Privilégiez les vidéos !

Les vidéos sont très en vogue ces dernières années ! Véritable levier de la communication, les vidéos sont très appréciées par les internautes.



Ayez un titre accrocheur

- > permet d'**attirer l'attention** de l'internaute
- > **le titre** doit être **impactant** et donne envie de regarder
- > **influe sur le choix** de regarder la vidéo ou non



La durée de la vidéo

- > Sur les **réseaux sociaux** privilégiez les **formats courts** : **entre 30 secondes et 1m30**
- > Sur **Youtube** : **entre 2m30 et 7min**
- > **l'internaute doit être captivé** très rapidement et cela se passe dès les **premières secondes de la vidéo** !



Variez les types de vidéos

- > **Vidéos "live"** sur Facebook et Instagram
- > **Interviews** (promouvoir une discipline, un athlète, un équipement, un record ...)
- > **Vidéo institutionnelle** (promouvoir le club, une compétition, un événement, ...)
- > **Vidéo avec un smartphone**, ...

Contacts

Pour toutes questions, conseils ou aides, n'hésitez à nous contacter !



Yannick DEQUIREZ

Chargé de communication

yannick.dequirez@ffroller-skateboard.com

06 24 82 08 90



Clément PAUL

Chargé de communication

clement.paul@ffroller-skateboard.com

05 56 33 65 76