



FICHE PRATIQUE 12

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Vous êtes nombreux à vous tourner vers les réseaux sociaux pour faire la communication de votre association et de vos actions, et c'est bien normal ! Intégrer les réseaux sociaux dans la communication d'une association est devenu incontournable. En effet, il s'agit d'un **moyen ultra efficace** pour développer son activité !

1.5 INTÉRÊTS À UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR LES ASSOCIATIONS

1.1. PROMOUVOIR ET SE FAIRE CONNAITRE

L'utilisation de canaux digitaux puissants tels que Facebook ou Twitter est un excellent moyen, pour une association à petit budget, de gagner en visibilité. Dès lors, il suffit de maîtriser son image sur ces plateformes pour accroître rapidement sa notoriété. Aussi, en modernisant votre association, vous moderniserez parallèlement votre image !

Vous pourrez même mettre en valeur l'actualité de votre association, vos actions, vos derniers résultats, ou même vos bénévoles, ce qui promouvra indirectement votre association, qu'elle soit sportive, caritative ou autre.

1.2. DÉVELOPPER UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR DE VOUS

Les réseaux sociaux permettent de rapprocher les associations de leurs membres. Publiez régulièrement sur ces plateformes et vous obtiendrez une base intéressante de fans et de followers. Incitez votre communauté à agir : posez des questions et demandez des avis. De cette manière, vous engagerez votre communauté. Cela peut renforcer les rapports humains et le lien entre votre association et vos adhérents, en étant plus proche d'eux.

Assurez-vous également de faire réagir votre communauté dans le sens et la manière que vous désirez, en proposant du contenu adapté, sous plusieurs formats : photos, textes, vidéos, infographies, sondages...

1.3. RECRUTER DE NOUVEAUX BÉNÉVOLES ET ATTIRER PLUS D'ADHÉRENTS

En communiquant sur les réseaux sociaux, vous démontrez à l'ensemble de vos cibles que vous êtes actifs et portés vers le digital. Ceci est clairement en votre faveur, car votre image et votre réputation en ligne (parfois appelée e-réputation) va s'en retrouver améliorée. Ainsi, une meilleure image et une plus grande visibilité sera plus susceptible d'attirer et de séduire de potentiels nouveaux adhérents ou bénévoles. C'est une plus-value importante des réseaux sociaux !



1.4. FIDÉLISER VOTRE ÉQUIPE DE BÉNÉVOLES ET D'ADHÉRENTS

Les réseaux sociaux sont un bon moyen de fidéliser vos bénévoles, adhérents ou encore donateurs. Il s'agit tout simplement de **l'un des canaux numériques les plus efficaces en ce qui concerne la fidélisation**.

Pour une association, cela peut se traduire par la mise en place d'un dialogue régulier avec ses fans et sa communauté, favorisant l'interaction. Aussi, le fait d'inciter à liker les publications/pages de l'association, et d'animer régulièrement ces dernières améliore cette fidélisation.

Comme déjà dit, il est souvent plus simple de fidéliser une personne à votre cause via les réseaux sociaux plutôt que via d'autres canaux plus traditionnels. La raison ? Sur les réseaux sociaux, les personnes acceptent elles-mêmes de suivre vos pages ou vos profils. Elles s'ouvrent à vous en montrant de l'intérêt pour votre association. Ces personnes seront sans aucun doute beaucoup plus réceptives à vos messages !

1.5. COMMUNIQUER À MOINDRE COUT

La plupart des associations cherchent des moyens de communication à faible coût, rentrant dans leur budget serré. C'est là que les réseaux sociaux entrent en jeu. L'utilisation des réseaux sociaux (c'est-à-dire, avoir une page ou un profil, publier n'importe quel contenu etc.) **est entièrement gratuite pour tout le monde**, et ce quel que soit le réseau social choisi.

En ce qui concerne la publicité payante sur ces plateformes (appelée *Social ADS*), il s'agit d'une option peu adaptée aux associations, donc à utiliser seulement si vous avez un budget alloué à cette dépense et une stratégie de communication bien définie.

2. QUELQUES BONNES PRATIQUES À ADOPTER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Nous avons réuni pour vous un ensemble de « best practices » à adopter dans la gestion de vos réseaux sociaux, de manière à mieux engager et susciter l'intérêt de votre communauté.

2.1. DONNEZ POUR RECEVOIR

Si vous désirez animer votre base de fans et de followers tout en fidélisant celle-ci, pensez aux jeux-concours ! En plus d'être en général populaires, ils sont particulièrement adaptés à Facebook et dans une moindre mesure, Instagram. Faites gagner de petits cadeaux, comme des goodies issus de votre boutique, et vous verrez l'engagement de votre communauté grimper en flèche !



2.2. INDIQUEZ VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour avoir la plus grande visibilité possible sur vos réseaux sociaux, n'oubliez pas de les indiquer sur vos supports physiques ou digitaux : votre site internet, vos flyers ou vos autres documents. En général, il est coutume de les indiquer par des icônes représentant le logo des réseaux sociaux en question.

2.3. ANIMEZ RÉGULIÈREMENT VOS RÉSEAUX SOCIAUX

Rien de pire que de voir une page Facebook inactive/en sommeil, dont la dernière publication remonte à 2012 ! Pour éviter d'en arriver là, faites-vous un programme, en déterminant la fréquence de publications sur chaque réseau, et suivez-le.

2.4. RESTEZ COURTOIS ET TRANSPARENT

Soyez courtois et polis avec vos interlocuteurs, c'est la base. Il en va de votre image et de votre réputation en ligne. De la même manière, faites un effort pour répondre aux commentaires, même si ceux-ci sont négatifs. Mais n'oubliez pas la modération : n'hésitez pas à supprimer les publications hors sujets ou insultantes ou diffamantes.

3.7 ÉTAPES POUR DÉFINIR UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Définir en amont une stratégie autour de ces réseaux sociaux est primordial. Voici les 7 étapes indispensables pour la définir :

1. **Choisissez vos réseaux sociaux** : Étape primordiale, déterminer les réseaux sociaux sur lesquels il est pertinent d'être présent, selon la nature de votre association. Ne multipliez pas les comptes sur les réseaux sociaux si vous n'êtes pas en mesure de les alimenter et de les faire vivre régulièrement. Un compte qui ne vit pas renvoie une image très négative. Mieux vaut faire un choix et n'être présent que sur un seul des réseaux disponibles et le faire correctement plutôt que de s'éparpiller en ouvrant une multitude de comptes.
2. **Définissez les objectifs et les cibles** à toucher selon chaque réseau social
3. **Pensez aux ressources à allouer**, qu'elles soient humaines, (im)matérielles, temporelles ou financières
4. **Définissez une ligne éditoriale** claire et une stratégie de contenu adaptée (une fois qu'on a dit cela, on fait quoi ? Comment on y parvient ?). Pour cela, la mise en place d'un calendrier éditorial pour chaque réseau social est conseillée. Définissez aussi votre identité sur les réseaux sociaux, et notamment le ton à adopter (l'humour / le sérieux, un ton décalé ou un ton formel, etc.)
5. **Échangez et interagissez avec votre communauté**, de manière à favoriser les interactions pour développer votre communauté. C'est le but premier de toute cette stratégie.



6. **Intégrez des outils de gestion et d'analyse**, pour gagner du temps et vous aider dans la gestion de vos réseaux sociaux (fichier Excel de suivi des posts, des retours et commentaires selon les sujets abordés, etc.).
7. **Analysez et mesurez vos résultats**, pour repérer ce qui a fonctionné ainsi que les éventuels problèmes. Et optimisez vos publications ! N'hésitez pas à faire des tests, pour voir ce qui marche le mieux dans votre cas. Sachez que la plupart des réseaux sociaux intègrent directement des outils d'analyse de vos publications.

Au-delà de la sphère « réseaux sociaux », une stratégie bien rodée permettra de développer votre association, le trafic de votre site, et l'engagement global de votre communauté.

4. QUELS RÉSEAUX POUR QUELLES ACTIONS ?

On arrive au cœur du sujet : **choisir les bons réseaux sociaux**. C'est une étape importante et sachez que le choix des réseaux sociaux dépend de la stratégie que vous voulez mettre en place via ces plateformes. Selon la nature des cibles que vous voulez toucher, certains réseaux sociaux seront indispensables et d'autres inutiles. Le choix dépend aussi de la nature de votre association, et de sa raison d'être.



FACEBOOK

C'est presque une obligation pour toute association. Parfait pour créer une première communauté autour de votre association. Utile pour communiquer facilement sur vos événements. Publiez régulièrement sur ce réseau social ! Attention il vous faut créer un compte de type « page » pour une communication au nom d'une structure et non de type « profil » réservé aux personnes physiques

Public concerné : plutôt adultes, 18 à 70 ans



TWITTER

Pour renforcer votre communauté. Utilisez des hashtags adaptés et mentionnez des comptes/personnes pour la faire réagir. **Attention : soyez concis dans vos publications Twitter**, car il existe un nombre de caractères maximum (280). Twitter est particulièrement adapté aux associations sportives, les acteurs du sport y étant très présents.

Public concerné : plutôt des institutionnels, la presse, les médias, des adultes de 30 à 60 ans



INSTAGRAM

Pour partager **l'actualité de votre association en image** : vos activités du moment ou les grands projets à venir.

Public concerné : jeunes à partir de 13 ans, jeunes adultes



SNAPCHAT

L'outil parfait **pour favoriser votre spontanéité et partager l'instant présent**. Les jeunes sont présents en masse sur ce réseau. Ainsi, si vous voulez « rajeunir » votre association, c'est LE réseau social à adopter !



Public concerné : essentiellement les jeunes



YOUTUBE

Le réseau social particulièrement adapté aux associations sportives, qui peuvent ainsi montrer les coulisses de leurs structures.

Public concerné : très vaste, un peu tous les publics

5. À SAVOIR SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les comptes de réseaux sociaux doivent être rattachés à la structure via une adresse mail impersonnelle pour en garder la propriété au nom de la structure et éviter la perte d'accès aux comptes avec le départ de bénévoles.

Les comptes ouverts au nom d'une structure engagent celle-ci en termes de responsabilité quant aux propos tenus et aux posts diffusés.

Ne multipliez pas les identités visuelles. Les réseaux sociaux doivent suivre les logiques de communication des autres supports de la structure (site internet...). Cela passe par une même charte graphique (logo, slogan, etc.).