

# Mobiliser l'opinion publique par les réseaux sociaux

Séminaire de rentrée FNE Ile-de-France  
30 août 2023 - Compte-rendu



## Intervenante

Isabel Lledo, FNE Ile-de-France

Les réseaux sociaux ont transformé la manière dont les associations interagissent avec leur public, ouvrant de nouvelles opportunités pour la communication, l'engagement communautaire et la promotion de leurs causes.

En 2023, avec 80,5% des Français présents sur ces plateformes (d'après le Digital Report 2023 de We Are Social x Meltwater), les réseaux sociaux sont devenus un pilier essentiel de la stratégie de chaque association, leur permettant de partager leurs actions, d'accroître leur visibilité, de mobiliser des soutiens et de sensibiliser le grand public.

## QUELS RÉSEAUX SOCIAUX PRIVILÉGIER ?

### X (ANCIENNEMENT TWITTER)

Adapté à l'information instantanée, utile pour l'annonce d'une victoire, d'une nouvelle décision de justice, d'un événement en cours. Fort potentiel viral et mise sur la spontanéité, le traitement de l'actualité et des tendances.

**Audience** : militants, journalistes, politiciens, grand public, etc.

**Bonnes pratiques** : Utilisez un ton bref, concis, accusateur dans vos tweets, utilisez des hashtags pertinents pour atteindre un public plus large, et n'hésitez pas à retweeter et à répondre à d'autres tweets pour encourager l'interaction.

**Quand publier** : en semaine, pendant les heures de travail entre 10h et 13h.

### FACEBOOK

Plus grande plateforme de réseaux sociaux avec une variété de fonctionnalités, notamment la possibilité de créer des pages, des groupes, d'organiser des événements et de diffuser des vidéos en direct.

**Audience** : adultes de diverses tranches d'âge.

**Bonnes pratiques** : remplir les informations de la page, interagir régulièrement avec les abonnés en répondant aux commentaires et en aimant les réactions, partager du contenu pertinent. Utilisez un ton amical et interactif.

**Quand publier** : en semaine, pendant les heures de travail entre 13h et 16h.

### LINKEDIN

Plateforme professionnelle permettant de partager des actualités sur les organisations, entreprises ou associations mais aussi des offres d'emploi et des articles de blog.

**Audience** : professionnels, décideurs politiques, entreprises, bénévoles, etc.

**Bonnes pratiques** : maintenez un ton professionnel.

**Quand publier** : en semaine, pendant les heures de travail entre 10h et 11h.

### INSTAGRAM

Plateforme axée sur les visuels, permettant de partager des photos et des vidéos. Possibilité de créer des stories éphémères (24h) et d'organiser des vidéos en direct.

**Audience** : jeunes adultes, photographes.

**Bonnes pratiques** : priorisez le contenu visuel de haute qualité notamment les vidéos appelées Reels, utilisez des hashtags pertinents, et interagissez avec vos abonnés en répondant aux commentaires. Utilisez un ton amical, interactif.

**Quand publier** : en semaine, pendant le déjeuner et après le travail vers 20h.

### YOUTUBE

Plus grande plateforme de partage de vidéos au monde. Elle permet aux utilisateurs de télécharger, de partager et de commenter des vidéos, et offre également la possibilité de créer des chaînes où les utilisateurs peuvent s'abonner pour recevoir des mises à jour.

**Audience** : adultes de diverses tranches d'âge, professionnels.

**Bonnes pratiques** : assurez-vous de créer des vidéos de qualité, pertinentes pour la mission de votre association. Utilisez les descriptions de vidéos pour ajouter des informations supplémentaires et des liens vers votre site web ou d'autres ressources. N'oubliez pas d'interagir avec votre public en répondant aux commentaires. Utilisez un ton éducatif.

**Quand publier** : en semaine, pendant les heures de travail entre 12h et 16h. Le week-end entre 9h et 11h.

# QUELLES SONT LES BONNES PRATIQUES À ADOPTER ?

Pour choisir la plateforme la plus adaptée en fonction de ses objectifs et de son public cible

## IDENTIFIER LES OBJECTIFS

**1** Est-ce pour sensibiliser le public à une cause, promouvoir une initiative particulière, créer un engouement avant un événement majeur, etc ?

## IDENTIFIER LES CIBLES

**2** Qui sont les destinataires de ces messages ? S'agit-il d'adhérents, de bénévoles, d'entreprises ou d'institutions, etc ?

## UTILISER DES HASHTAGS IMPACTANTS

**3** Ils agissent comme des mots-clés qui catégorisent votre contenu et permettent aux utilisateurs intéressés par ce sujet spécifique de le découvrir plus facilement. Par exemple, si vous publiez un article sur la protection de l'environnement et que vous utilisez le hashtag #environnement, toute personne parcourant le fil d'actualité lié à ce hashtag aura la chance de voir votre publication. Lorsqu'un utilisateur trouve votre contenu pertinent, il peut s'abonner à votre compte, ce qui élargit votre audience.

## MENTIONNER D'AUTRES ACTEURS

**4** Mentionner d'autres acteurs, tels que des associations, des institutions ou des partenaires, peut renforcer la crédibilité de vos publications. Elle montre que votre association est connectée à un réseau plus vaste d'organisations partageant des objectifs similaires, ce qui peut renforcer la confiance de votre public. De plus, cela élargit la portée de vos publications, car lorsque vous mentionnez une autre entité, cela peut inciter leur public à découvrir votre travail.

## INTÉGRER DES VISUELS ACCROCHEURS

**5** Les images et les vidéos de qualité rendent votre contenu plus attrayant et mémorable, ce qui peut inciter davantage de personnes à interagir avec votre contenu.

## INTERAGIR AVEC LES ABONNÉS

**6** Répondre aux commentaires et encourager les discussions crée un lien avec votre public et montre que vous êtes à l'écoute de leurs préoccupations : c'est essentiel pour entretenir une communauté engagée.

## GÉRER LA FREQUENCE DE PUBLICATION

**7** Publier régulièrement, mais de manière cohérente, maintient l'attention de votre public. Comprendre quand votre public est le plus actif sur les réseaux sociaux vous permet d'optimiser vos publications pour atteindre un maximum de personnes.

## ANALYSER LES RÉSULTATS

**8** En identifiant ce qui a fonctionné et en repérant les éventuels problèmes, vous pouvez ajuster vos futures publications pour maximiser leur impact et atteindre vos objectifs plus efficacement. Cela garantit que votre présence sur les réseaux sociaux reste pertinente et influente au fil du temps.

## RESSOURCES UTILES

Les outils suivants sont gratuits et vous permettront de créer du contenu pour vos publications sur les réseaux sociaux :

- Canva : outil de design graphique facile à prendre en main
- Pixabay & Unsplash : bibliothèque de photos libres de droits
- Buffer : planification des publications et mesure des résultats.

