

21/03/2024

AVOIR DE L'IMPACT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



* Isabel Lledo, chargée de communication de FNE Ile-de-France

Introduction

Vous transmettre les compétences nécessaires pour créer, gérer et optimiser vos contenus sur les plateformes numériques, afin d'atteindre vos objectifs de communication de manière efficace et pertinente.



Isabel LLEDO



Lou-Anne BUAN

QUELLES SONT VOS ATTENTES ?

Parvenir à **mobiliser** des personnes de 35 à 50 ans sur les questions d'environnement durable

Des conseils pratiques pour augmenter la **visibilité** de FNE Paris dans les RS

Apprendre à communiquer **efficacement** sur les réseaux sociaux

Developper la communication sur les réseaux sociaux

Accroître nos **présence** sur les RS

Améliorer la façon de communiquer à nos adhérents

Echange d'expériences avec d'autres associations, pourquoi pas une **ligne commune**

Sélectionner les **réseaux adaptés** et optimiser le recours aux réseaux

Mieux comprendre **l'impact** médiatique réel des réseaux sociaux mais aussi leur impact carbone et déontologique

Avoir des astuces clés en main pour mieux **sensibiliser** sur les réseaux sociaux

Sommaire

01 Pourquoi communiquer sur les réseaux sociaux ?

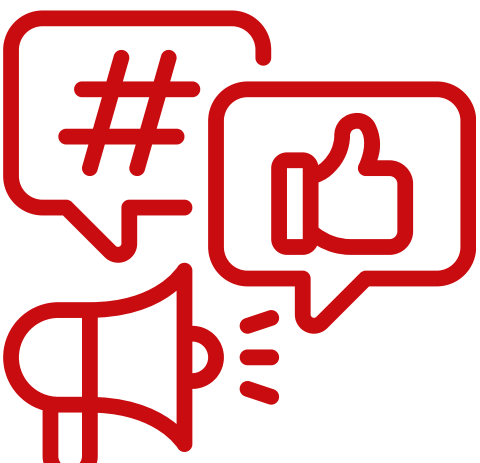
02 Panorama des réseaux sociaux

03 Bonnes pratiques

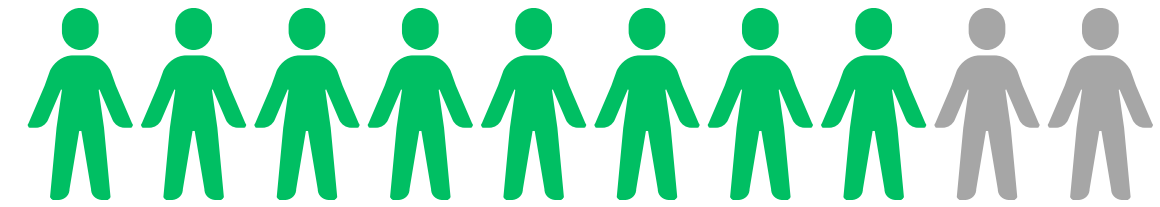
04 Jeu des 7 erreurs

05 Adopter une communication éco-responsable

06 Conclusion & Bonus



POURQUOI COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



8 FRANÇAIS SUR 10

93,8% des Français sont aujourd'hui connectés à Internet et **78,2%** sont sur les réseaux sociaux.

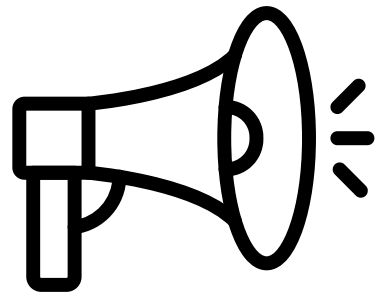
Source : [Digital Report 2024 pour la France dévoilé par We Are Social et Meltwater.](#)

C'est donc plus de la moitié de la population française qui devient une audience potentielle pour votre association.

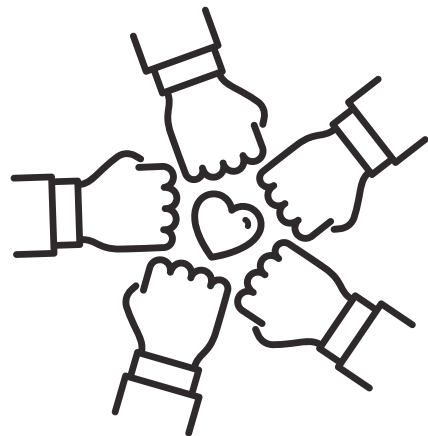
POURQUOI COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?



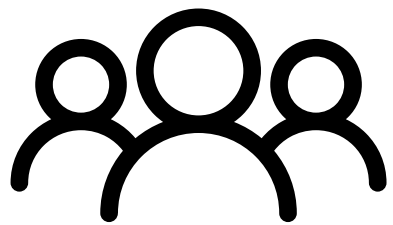
Gagner en notoriété et valoriser votre image : être connu du grand public



Transmettre vos valeurs et communiquer sur vos causes et activités



Créer de la proximité et fédérer une communauté



Recruter des bénévoles

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX



Facebook

Facebook est un réseau très "grand public" avec une variété de fonctionnalités.

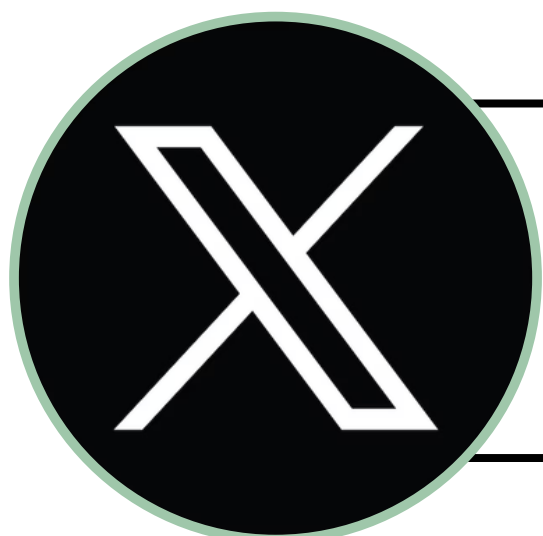
- partager des actualités
- créer des pages, des groupes
- organiser des événements
- diffuser des vidéos en direct.



Instagram

Plateforme axée sur les visuels, permettant de partager des photos et des vidéos.

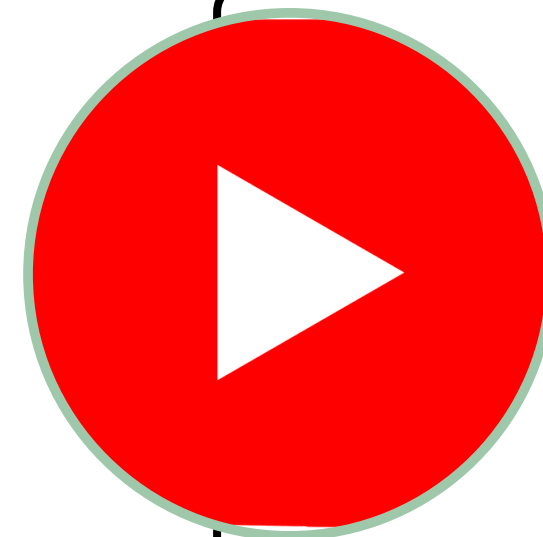
- carrousels d'images, pour expliquer un concept, raconter une histoire
- stories pour des photos plus simples, prises sur le vif
- stories à la Une, ou highlights, qui restent sur votre profil plus de 24h, et qui peuvent être regroupées par thématiques.



X

Info instantanée

- partager des actualités
- repartager du contenu



Youtube

Plus grande plateforme de partage de vidéos au monde. Elle offre la possibilité de créer des chaînes où les utilisateurs peuvent s'abonner pour recevoir des mises à jour.

- portraits de bénévoles,
- vidéos « coulisses »
- mini-reportages
- interviews
- lives : événements, conférences...



LinkedIn

Sur LinkedIn, la communication est très centrée B2B (Business To Business).

- actualités
- photos qualitatives de vos interventions dans des entreprises (par exemple, des ateliers de sensibilisation)
- articles de presse en rapport avec votre secteur d'activité ;
- offres d'emploi ou de missions dans votre association.

BONNES PRATIQUES



La stratégie social media consiste à planifier et organiser des actions sur les réseaux sociaux en vue d'atteindre des objectifs préalablement définis.

Définir vos objectifs

Notoriété = Vous faire connaître, et faire connaître les résultats de vos actions ?

Proximité = Communiquer avec vos membres, vos adhérents ou sympathisants ?

Valorisation de vos activités et campagnes = Récolter des fonds et trouver de nouveaux donateurs ?

Promotion de vos activités = Trouver des participants à vos événements ?

Ressources humaines = Trouver de nouveaux bénévoles ?

Définir vos cibles

Après avoir établi 1 ou plusieurs objectifs, il faudra réfléchir sur le contenu et l'adapter pour chaque réseau social. Le message pour qu'il soit entendu doit être unique, avoir 1 information clé et destiné à 1 audience. On appelle cette démarche de réflexion : définir sa ligne éditoriale.

Se poser des questions types : "qui se mobilisera le plus contre X projet ?", "quelles personnes seront le plus intéressées par X sujet ?", "qui sera susceptible de se déplacer à mon événement ?"

BONNES PRATIQUES

Ligne éditoriale

Adaptez votre ton, votre fréquence de publication et le type de contenu en fonction de la plateforme utilisée. Effectuez une veille pour vous inspirer et analyser les performances de vos publications afin d'ajuster votre stratégie.

Profil clair & identifiable

Point de contact important avec votre cible : donner une idée de qui vous êtes.

Création de contenu de qualité

Utilisez des images de haute qualité et des messages pertinents pour susciter l'intérêt et l'interaction. Méthode des 3U ! Mon contenu est-il Utile, Utilisable par ma cible et sera-t-il Utilisé ? Si oui, alors c'est parti vous pouvez le poster !

BONNES PRATIQUES

Interagissez avec votre communauté

De manière à favoriser les interactions pour développer votre communauté.

Analyser ses performances

Analyser les données pour ajuster la stratégie de communication en conséquence.

Notoriété -> nombre de vues, croissance du nombre d'abonnés

Engagement -> partages, commentaires, clics.

Indiquer sa présence sur les réseaux sociaux

Sur vos supports physiques ou digitaux

Utiliser les hashtags et les mentions

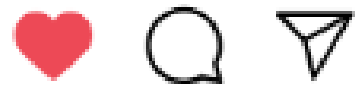
Catégoriser une publication selon une thématique spécifique

mentionner est un moyen d'inviter d'autres personnes à rejoindre une conversation

JEU DES 7 ERREURS



fne_idf
Gennevilliers



54 j'aimes

fne_idf on organise une formation sur les entrepot le 7 septembre dans nos locaux avec @ mcoget et @ MP Duflot

#formationsurlesentrepotslogistiquesXXL

louis_dupond J'adore Amazon, c'est rapide et pratique !

fne_idf @louis_dupond Vous ne semblez pas réaliser que ces entrepôts logistiques comportent de nombreux risques ☹️ ! Impact sur la biodiversité, pollution environnementale, artificialisation des sols...

Dimanche 29 septembre 23h39

JEU DES 7 ERREURS

1. Ton non adapté
2. Hashtag trop long
3. Visuel non pertinent
4. Fautes d'orthographe
5. Réponse non adaptée à un commentaire négatif
6. Publication à une heure très tardive
7. Mauvaise utilisation du @



fne_idf Gennevilliers

54 j'aimes

fne_idf on organise une formation sur les entrepot le 7 septembre dans nos locaux avec @ mcoget et @ MP Dufлот
#formationsurlesentrepotslogistiquesXXL

louis_dupond J'adore Amazon, c'est rapide et pratique !

fne_idf @louis_dupond Vous ne semblez pas réaliser que ces entrepôts logistiques comportent de nombreux risques ☹️! Impact sur la biodiversité, pollution environnementale, artificialisation des sols...

Dimanche 29 septembre 23h39

ASSOCIATION	FACEBOOK	X	LINKEDIN	YOUTUBE	INSTAGRAM
Au Fil de l'Eau	www.facebook.com/AufildeleauIDF		https://www.linkedin.com/company/au-fil-de-l-eau-afe/	https://www.youtube.com/channel/UC5dei81RB377ABHMIe0o8HA	https://www.instagram.com/assoaufildeleau/?hl=fr
ESPACES	https://www.facebook.com/EspacesAssociation/?locale=fr_FR		https://www.linkedin.com/company/association-espaces/		
Vivre à meudon	https://www.facebook.com/Vivre.a.Meudon/?locale=fr_FR	https://twitter.com/VaMeudon			
Graine IDF	https://facebook.com/graineidf/	https://twitter.com/graine_idf	https://www.linkedin.com/company/graine-%C3%AEle-de-france/		

UN POIDS QUI VA CROISSANT

 **2,5 %** DE L'EMPREINTE
CARBONE
DE LA FRANCE
(6,7% en 2040 si rien ne change)

= autant que le secteur des déchets
= l'équivalent de 2 254 km en
voiture par habitant



**62,5 MILLIONS DE
TONNES DE RESSOURCES**
extraites par an pour produire et utiliser
les équipements numériques

**20 millions de tonnes
de déchets produits**
par an sur tout le cycle de vie



10 % de la
consommation
électrique
française
est liée aux services
numériques, soit
la consommation de
8,3 millions de foyers



IMPACT N°1 : LA FABRICATION DE NOS APPAREILS

**Le numérique : quels impacts
environnementaux ?**

Comment communiquer sur les RS de manière eco-responsable ?

Ecologie digitale : moins produire en produisant mieux.

Deux éco-gestes sont proposés par l'ADEME dans son rapport en janvier 2021 :

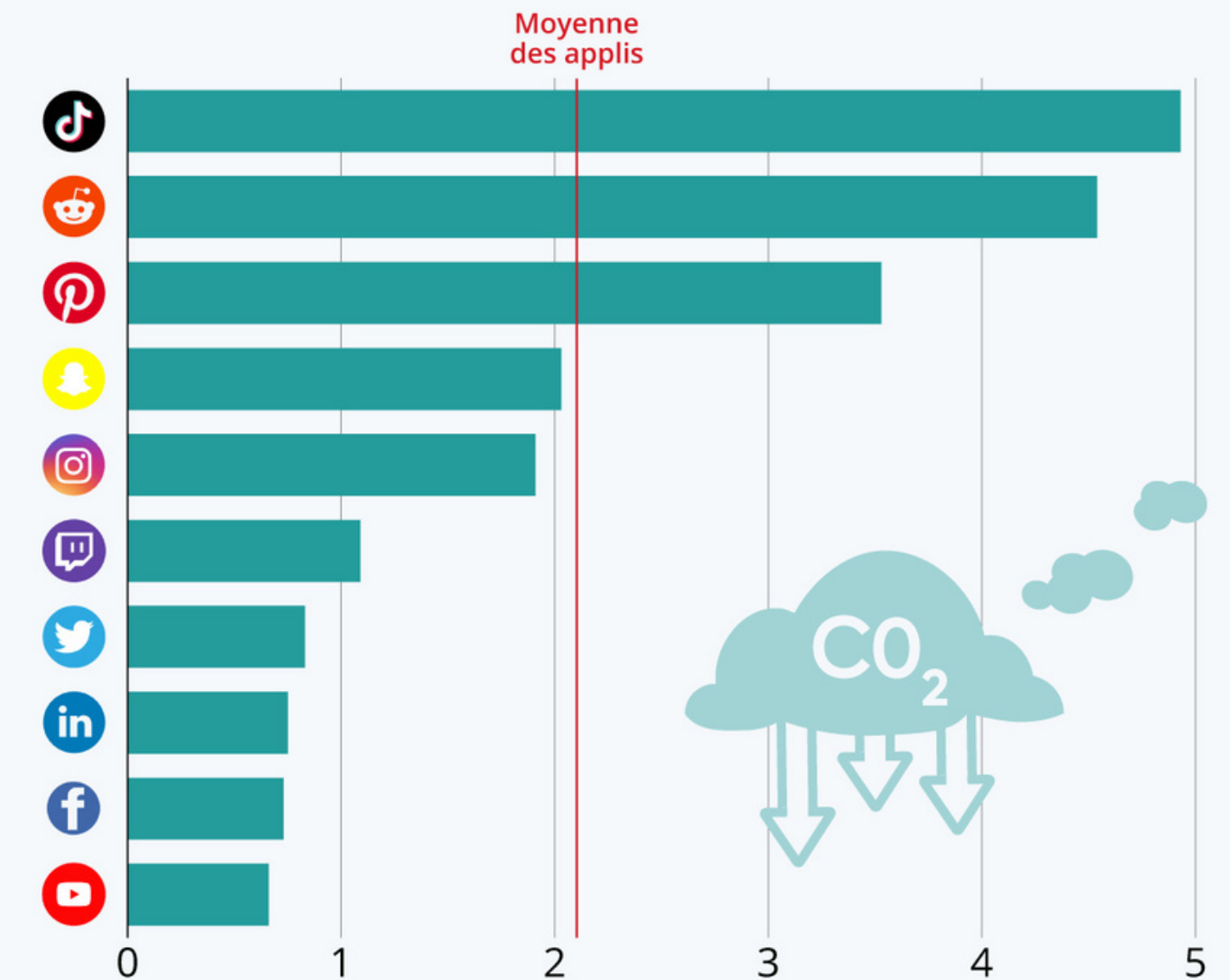
- **Adapter sa résolution de vidéo à l'écran utilisé**, les vidéos en très haute définition aggravent la pollution numérique car elles demandent plus d'énergie pour être lues
- **Désactiver la lecture automatique des vidéos sur facebook ou youtube !**
- **Mais aussi.... avoir du sens, éviter le greenwashing, ne pas trop publier.**

Réseaux sociaux

Quelle empreinte carbone ?

Réseaux sociaux : quelle empreinte carbone ?

Estimation du niveau d'émission de CO₂ des applications sélectionnées pour 1 minute d'utilisation, en gEqCO₂ *



* basée sur la consommation d'énergie et le volume de données échangées lors de tests réalisés en France sur smartphone Galaxy S7 (Android 8).

Source : Greenspector



statista

CONCLUSION

Equipés de ces connaissances et des outils recommandés, vous pourrez mettre en pratique ces enseignements pour renforcer votre présence en ligne et atteindre vos objectifs de communication de manière efficace et pertinente.



Qu'allez-vous mettre en place ?

BONUS



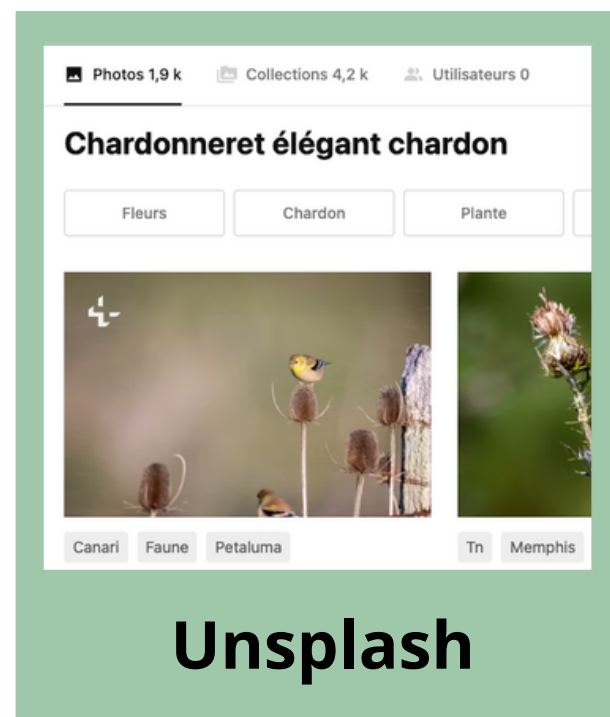
Canva

Outil de conception graphique en ligne qui permet de créer des documents visuels à partir d'une bibliothèque de templates



Linktree

Outil qui permet de créer une page unique pour rassembler plusieurs liens et rediriger plus facilement vers différents contenus



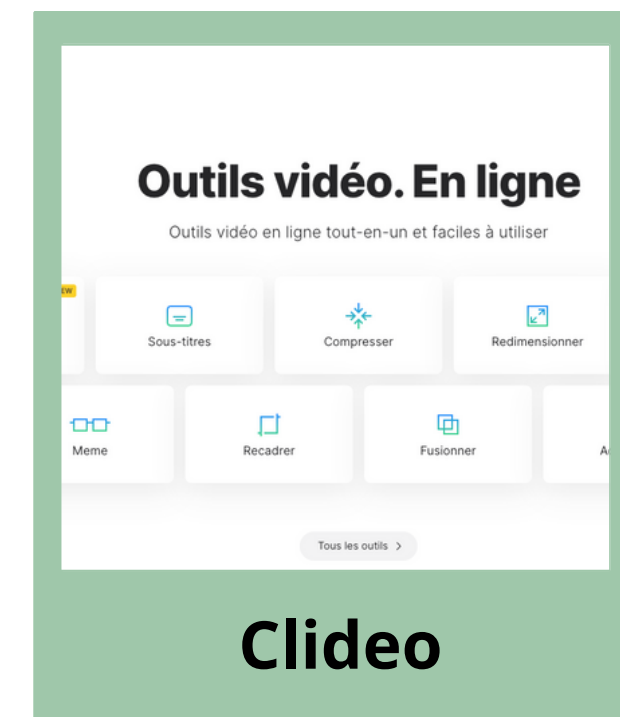
Unsplash

Banque gratuite d'images libres de droits



Bitly

Réducteur d'URL conçu pour raccourcir les adresses web trop longues



Clideo

Outil de montage vidéo en ligne, qui offre de nombreuses fonctionnalités pour éditer ou compresser des vidéos.