

L'ART DE LA Communication

FOCUS facebook

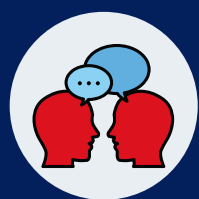
Avec plus de 2 milliards d'utilisateurs quotidiens à travers le monde, Facebook est le réseau social indétronable. Grand et tout public, il permet à ses utilisateurs de publier des contenus : images, photos, vidéos, fichiers, mais également d'y échanger des messages, de se joindre à des groupes et d'utiliser une large variété d'applications.

Vous l'avez compris, la réputation de Facebook n'est plus à faire.
Mais comment tirer parti de cette audience au profit de votre association ?

Alors, quel intérêt pour votre club ?

A - LES AVANTAGES POUR VOTRE ASSOCIATION

UN ESPRIT COMMUNAUTAIRE



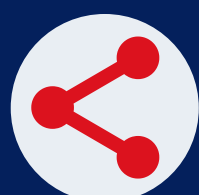
Avoir une page Facebook est un must-have pour une association qui se veut dans l'air du temps ! Facebook entretient un réel esprit communautaire. Vous pourrez rester présent auprès de vos adhérents et les solliciter. Cette page peut même devenir un véritable point de rendez-vous.

ATTIRER DE NOUVEAUX MEMBRES



En plus de dynamiser votre communauté, vous pourriez aussi l'agrandir ! C'est un point de visibilité supplémentaire pour attirer de nouveaux membres, bénévoles, donateurs et adhérents.

UNE PLATEFORME DE PARTAGE



Par définition Facebook est un réseau social, ce qui implique des interactions. Quoi de mieux pour communiquer et partager les contenus de votre vie associative ? Facebook favorise les contenus visuels car ils sont très appréciés des utilisateurs. La vidéo, notamment, est devenue une priorité pour Facebook, si bien qu'il devient un concurrent sérieux à Youtube. Si vous avez les ressources, c'est le moment de le faire savoir !

AMELIORER VOTRE REFERENCEMENT



Facebook peut venir en soutien de votre référencement sur les moteurs de recherche. Les robots de Google prennent en compte votre activité sur Facebook (publications, réactions, commentaires, etc). Être présent et actif prouve aux moteurs de recherches que vous "vivez" et qu'il y a un intérêt à vous valoriser.

UNE OFFRE PROMOTIONNELLE ATTRACTIVE



Facebook est un réseau social regroupant un grand nombre d'informations sur ses utilisateurs ! Il vous est donc possible de créer des publicités très ciblées pour toucher l'audience qui vous intéresse. C'est en général plus réservé aux entreprises qu'aux associations mais cela peut être utile si vous souhaitez soutenir une campagne d'adhésions ou de dons. Attention cependant à gérer vos budgets et à faire des tests car cet outil peut devenir rapidement (très) coûteux pour un intérêt parfois limité.

DES QUESTIONS ? CONTACTEZ MOI

COMMUNICATION.FFGYMNA@GMAIL.COM



ET N'HÉSITEZ PAS À NOUS SUIVRE

ET À NOUS MENTIONNER :



LA SUITE...

B - LES 8 BONNES PRATIQUES

POUR VOTRE PAGE FACEBOOK

1 - DÉFINISSEZ UNE LIGNE ÉDITORIAL



Encore une fois, posez-vous les bonnes questions avant de vous lancer : votre stratégie de communication doit être cohérente sur tous les supports. Vous pouvez même faire un sondage sur les attentes de vos adhérents avant de vous lancer.

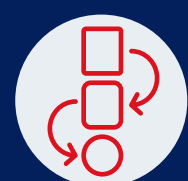
2 - CAPTEZ L'ATTENTION



Si vous utilisez régulièrement Facebook à titre personnel, vous décidez certainement en un dixième de seconde de l'intérêt ou non d'une publication sur votre fil d'actualité. C'est donc valable aussi pour votre audience potentielle. Une des clés du succès sur Facebook est de rester visuel, concis et incitatif. Les internautes doivent comprendre l'objet de votre post rapidement. Le défi est de capter leur attention et de vous démarquer des autres publications en un temps très court.

Piqûre de rappel : souvenez-vous de la popularité des visuels et surtout des vidéos !

3 - VARIEZ ET SOIGNEZ VOTRE CONTENU



N'hésitez pas à multiplier les contenus pour rythmer vos publications et séduire un maximum d'internautes. Vous pouvez mettre en ligne des vidéos, des photos, des articles, des événements, des actualités, des liens, des questions, le contenu d'une autre page Facebook, etc. Privilégiez le contenu de qualité. Pensez par exemple à des articles correctement rédigés par vos soins, ou bien relayez des articles en rapport avec votre association.

Exemple : Il peut être intéressant de montrer les coulisses de votre association. Les internautes aiment voir l'envers du décor, montrez-leur des images de vos bénévoles au travail en train de préparer leurs actions.

4 - FAITES DES PONTS AVEC VOTRE SITE / AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX



Pensez à lier votre site web, votre page Facebook et autre RS. En plus de gagner des visites de vos différentes plateformes, vous aurez aussi un meilleur référencement sur les moteurs de recherche.

Sur votre page Facebook et autre RS : renseignez l'adresse de votre site internet dans les informations de votre page, et ajoutez dès que possible un lien vers votre site dans vos publications.

Sur votre site web : glissez un bouton bien visible, qui renvoie vers votre page Facebook. Vous pouvez aussi afficher les publications de votre page sur la page d'accueil de votre site internet.

5 - CRÉEZ DES RENDEZ-VOUS AVEC LES INTERNAUTES



Pour susciter l'intérêt et garder vos internautes en haleine, fixez des rendez-vous ! Par exemple en publiant tous les dimanches la "vidéo de la semaine" ou encore en réservant le jeudi pour relayer vos articles du site, et pourquoi pas le lundi "focus GAM" ? À vous de trouver les sujets qui intéressent votre audience.

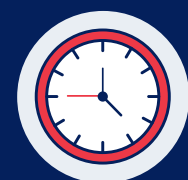
Exemple : Nous, nous avons choisi de publier tous les lundis la publication pour les dirigeants! Nous publions sur Facebook le lien menant directement à notre site internet.

6 - METTEZ VOS MEMBRES À CONTRIBUTION



Incitez vos membres à interagir avec votre communauté : demandez-leur de participer à vos événements, partager des souvenirs de compétition, réagir à un sondage ou bien à partager les publications de votre page. **De fait, vous augmenterez les interactions et ainsi votre réseau.**

7 - GARDEZ LE RYTHME !



Il est essentiel de publier fréquemment sur Facebook, de manière à ce que l'on ne vous oublie pas. Ne tombez pas dans l'excès et trouvez le bon compromis. **Jamais trop, jamais pas assez !**

Pour un club de petite ou moyenne taille, 2 ou 3 publications par semaine réparties sur plusieurs jours est un bon équilibre. Prêtez attention également aux statistiques de votre page pour en déduire les heures de publication les plus adaptées.

Éventuellement, vous pouvez mettre en place un planning éditorial, utilisez la Suite Facebook Business !

8 - NOMMEZ UN COMMUNITY MANAGER



Soyons réaliste, gérer une page Facebook demande du temps. L'idéal est de nommer un responsable des réseaux sociaux qui sera en charge des publications, mais également des réactions à ces publications – il est important de les suivre et d'y apporter une réponse si c'est attendu. C'est une tâche qui a l'avantage de pouvoir être confiée aux jeunes bénévoles, très à l'aise avec les réseaux sociaux. Gardez en tête qu'il ne suffit pas d'être sur Facebook pour savoir comment communiquer. **Veillez donc simplement à superviser l'ensemble en donnant le bon cadre.**