

VALORISATION DE VOS COMMUNAUTÉS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Ce document est un outil de formation destiné aux journaux communautaires, membres de l'AMECQ.

RÉDACTION

Élisabeth Caron-Sergerie

COORDINATION

Yvan Noé Girouard

RÉVISION

Delphine Naum

GRAPHISME

Ana Jankovic



Publié par l'AMECQ
86, boulevard des Entreprises, bureau 206
Boisbriand (Québec) J7G 2T3
Tél. : 514 383-8533
1-800-867- 8533
medias@amecq.ca
www.amecq.ca

15 janvier 2020

SOMMAIRE

3

Les réseaux sociaux :
des outils profitables pour les médias écrits

5

Qu'est-ce-qu'un gestionnaire de communauté en ligne ?

8

L'importance de connaître son lectorat

9

Comment y arriver ?

LES RÉSEAUX SOCIAUX :

DES OUTILS PROFITABLES POUR LES MÉDIAS ÉCRITS

Les réseaux sociaux sont des outils indispensables pour toutes les campagnes marketing de ce monde. Les entreprises et les organismes à but non lucratif ont beaucoup à gagner sur ces plateformes. De plus, c'est entièrement gratuit et une fois que vous l'aurez maîtrisée, vous n'aurez pas de difficulté à inclure cette stratégie dans votre quotidien, car elle ne grugera pas beaucoup de votre temps.

Voici quelques exemples de ce que cela peut vous apporter à court et long terme :

- ▶ Cela permet à vos médias écrits d'être **reconnus et humanisés** ;
- ▶ Les réseaux sociaux permettent à **une cause d'être entendue** ;
- ▶ Vous aurez la chance de mieux connaître votre **auditoire** ;
- ▶ Les médias écrits peuvent bâtir une **communauté en ligne** portant sur l'actualité locale de leurs milieux ;
- ▶ **Cela améliorera le trafic** sur le site de votre journal et augmentera vos profits publicitaires.

L'idée principale n'est pas que votre média publie l'ensemble de son contenu sur ces plateformes, mais plutôt que vous créiez un environnement propice à la redirection des internautes vers votre site Web. Cela dit, entretenir vos communautés sur les réseaux sociaux vous dirigera vers cette finalité.



L'intention de cette capsule informative est de vous aider à comprendre ce qu'est une communauté en ligne. Également, elle vise à mettre en lumière le rôle d'un gestionnaire de communautés en ligne et l'importance que ces dernières ont pour vous et votre média écrit. Enfin, nous allons aborder certaines astuces qui vous aideront à vous démarquer.



GESTIONNAIRE


DE COMMUNAUTÉS EN LIGNE




Tout d'abord, nous allons contextualiser et expliquer le rôle des professionnels et des non-professionnels qui agissent comme gestionnaires de communauté. Il est nécessaire de préciser que ce titre, métier ou passe-temps, est en constante évolution depuis les cinq dernières années.




Les gestionnaires de communautés sont considérablement en demande. En effet, les offres d'emplois pour ce type de poste abondent sur des sites comme Indeed et Monster. Les entreprises et les médias québécois embauchent ces personnes pour qu'ils participent au développement, à la gestion ainsi qu'à l'animation de leurs réseaux sociaux. Une des intentions principales de ces entreprises est d'augmenter la portée de leurs noms et marques dans l'univers numérique.



Il faut d'abord mentionner que les tâches des gestionnaires de communauté sont très variées. Ils doivent travailler avec les créateurs de contenu ainsi que les journalistes. Dans votre cas, ces individus vont agir en tant que porte-parole de votre média écrit. Ils seront déterminants dans le développement de votre stratégie numérique. À l'ère du numérique et de l'effervescence technologique, les entreprises et OBNL québécois ne peuvent pas s'en passer, même la société d'État Hydro-Québec et l'épicier Maxi en possèdent un.



Dans le même ordre d'idée, un gestionnaire de communauté vous permettra, à vous et à votre média écrit, d'acquérir une plus grande visibilité sur le web. Il établira une ligne directrice entre vos plateformes pour favoriser une certaine cohérence entre elles et faire mousser leur performance globale.



En dernier lieu, nous avons décrit ce que fait un gestionnaire de communauté en ligne dans les moyennes et grandes entreprises. Qu'en est-il dans les organismes à but non lucratif? Les gestionnaires de communautés y sont tout aussi importants, car, aujourd'hui, la plupart des organismes communautaires sont présents sur Facebook et Instagram. Dans cette perspective, la personne qui assume ce rôle dans votre organisme est un atout pour vous et votre équipe. Elle peut organiser des campagnes de sociofinancement, sensibiliser les gens sur un sujet qui vous tient à cœur et faire la promotion de vos parutions, événements, anniversaires et plus encore.

L'IMPORTANCE DE CONNAÎTRE

SON LECTORAT

Bien connaître leur public est un enjeu majeur pour les gestionnaires de communauté. En répondant aux messages des utilisateurs de vos pages Instagram et Facebook, vous engagez votre lectorat, vous alimentez la discussion, vous suscitez des interactions, vous apprenez tranquillement à connaître à qui vous vous adressez. La mobilisation de vos lecteurs en ligne est une succession d'actions que vous définirez selon vos objectifs et ceux de votre média écrit.


En adoptant certaines pratiques, vous connaîtrez également ce que les gens attendent de vous, ce qu'ils aiment de votre journal et, le plus important, vous aurez une meilleure connaissance des événements qui se produisent dans votre communauté.

COMMENT Y ARRIVER ?


L'univers numérique change continuellement. Il est important d'être à l'affût des nouvelles fonctionnalités qu'offrent les réseaux sociaux pour vous aider à mieux gérer vos communautés. Il existe une multitude de ressources en ligne pour vous permettre de rester à l'affût de tous ces changements. En voici quelques-uns :

- ▶ Le blogue du modérateur : <https://www.blogdumoderateur.com>
- ▶ CEFRIO : <https://cefrio.qc.ca/fr/>
- ▶ Le Journal du Net : <https://www.journaldunet.com/>


Il est nécessaire que les personnes qui gèrent les communautés en ligne consacrent un certain nombre d'heures par semaines pour assurer la pérennité de celles-ci. Plusieurs experts affirment que, pour que les communautés en ligne restent dynamiques, certaines actions doivent être posées par les gestionnaires de communauté. Voici quelques outils qui pourront vous être utiles pour assurer la vitalité de votre communauté en ligne :




Affichez-vous ! N'ayez pas peur de montrer à vos lecteurs que vous êtes actifs sur le plan numérique. Cela peut être indiqué dans vos infolettres, et également dans la version papier de vos médias écrits.




Des appels à l'action efficaces qui inciteront vos lecteurs à agir peuvent vous aider dans vos démarches. Le fait de connaître son lectorat est un atout. Cela vous permettra d'attirer son attention plus facilement.




Pour faire connaître votre présence en ligne, vous pouvez utiliser des phrases courtes ou de simples mots comme « suivez-nous sur Facebook ». Si vous avez peur que les gens ne réagissent pas ou ne vous suivent pas sur vos réseaux sociaux, vous pouvez garantir à vos lecteurs la simplicité ainsi que l'effet positif de se joindre à votre communauté en ligne.




Entretenez la conversation avec votre lectorat. Posez-lui des questions. Les gens se sentiront valorisés. Les réseaux sociaux peuvent être votre allié dans ce processus. En effet, vous pouvez suivre les mots-clics sur Twitter et être à l'affût des sujets populaires.



Osez et soyez créatifs ! Peut-être, en publiez-vous déjà, mais sachez que les photos et les vidéos sont les éléments les plus regardés sur les réseaux sociaux. Lors d'événements dans votre communauté, profitez de ces médiums pour faire interagir les gens, identifiez-les sur les photos, indiquez le lieu à l'aide de la géolocalisation. Puis, si vous êtes sur Instagram ou Twitter, vous pouvez utiliser des mots-clics. Cela vous permettra de joindre le plus de gens possible en attirant des individus qui s'intéressent à l'événement que vous couvrez, mais qui ne connaissent pas votre média écrit.



Dans une future capsule, nous aborderons différents outils offerts sur les réseaux sociaux qui vous permettront d'accroître votre visibilité. Enfin, vous pouvez aussi repartager le contenu des publications des citoyens de votre communauté. Cela leur fera plaisir de voir qu'ils ont une visibilité dans leur journal local.



Récompensez vos utilisateurs actifs. Ne vous inquiétez pas, les prix ne doivent pas être la dernière tablette sur le marché ou bien une escapade dans un spa nordique des Laurentides. Cela peut être une simple tasse, un sac réutilisable, un porte-clés ou un carnet de notes à l'effigie de votre média écrit. Vos lecteurs se sentiront ainsi valorisés et cela bonifiera la fidélité qu'ils ont envers leur journal local. Tout est dans l'intention.