

LE SUCCÈS D'UNE PUBLICATION SUR FACEBOOK



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 février 2020



L'Association des médias écrits communautaires du Québec reçoit le soutien du ministère de la Culture et des Communications.

SOMMAIRE

- 3** Facebook... On a eu le temps de maîtriser ça depuis 2004, non ?
- 4** Quand les réseaux sociaux nous font grincer des dents
- 5** Ça évolue trop rapidement ! Est-ce qu'il est important de suivre le courant ?
- 7** Les fameux algorithmes...
- 8** Quelques idées pour vous permettre de conserver l'engagement de vos abonnés
- 11** À savoir...

FACEBOOK...

ON A EU LE TEMPS DE MAÎTRISER ÇA DEPUIS 2004, NON ?

Tout d'abord, nous tenons à préciser que l'intention de cette chronique informative n'est pas de remettre en doute vos connaissances sur cette plateforme, mais plutôt de vous fournir des outils et notions supplémentaires pour enrichir vos publications. Pour ce troisième « mémo numérique », nous aborderons la recette gagnante pour votre média écrit sur la plateforme Facebook. Que celui-ci y soit présent ou non, vous ou un membre de votre équipe possédez probablement déjà votre page personnelle pour communiquer avec vos amis et votre famille. Dans ce cas, vous pourrez également utiliser ces informations pour agrémenter vos publications personnelles.

Objectifs...

À la suite de cette lecture, nous voulons que vous ayez les outils nécessaires pour développer votre sens critique face aux bonnes et mauvaises publications. Puis, il est possible que vous voyiez ensuite la popularité de vos pages augmenter progressivement. De ce fait, ces informations pourront vous aider, si vous désirez :

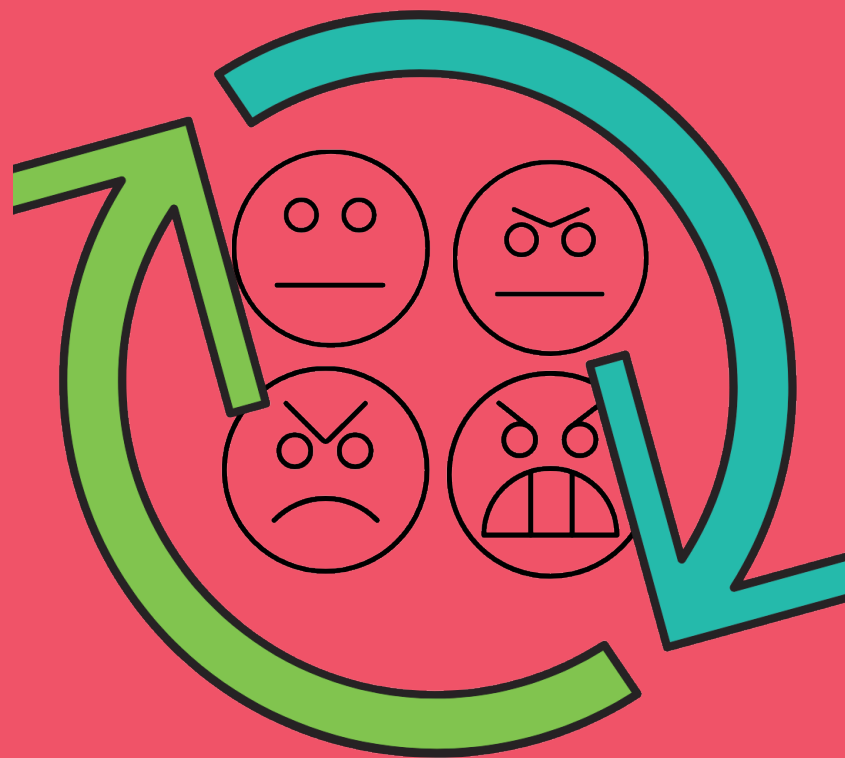
- ▶ Joindre un plus grand lectorat;
- ▶ Avoir une meilleure compréhension des fonctions évolutives des réseaux sociaux;
- ▶ Comprendre ce qui attire et éloigne les utilisateurs des réseaux sociaux.

QUAND LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOUS FONT GRINCER DES DENTS

Vous avez probablement remarqué que certaines publications Facebook attirent votre œil, tandis que d'autres vous horripilent complètement. On peut penser à votre beau-frère, qui partage intégralement tout ce qui lui passe par la tête, telle sa soirée arrosée avec le barman du bar de son quartier ou les 220 photos de son voyage annuel à Old Orchard Beach. Les irritants, sur les réseaux sociaux (bien que n'étant pas les mêmes pour tout le monde), sont à gérer avec soin par les gestionnaires de réseaux sociaux.

Plus sérieusement maintenant, il est vrai que certaines publications exaspèrent les gens et les incitent à ne plus suivre certaines pages. Dans cette optique, l'outil statistique de Facebook est votre meilleur allié pour analyser ce que les gens aiment et n'aiment pas. Il y a une éthique à adopter et certains sujets à éviter (opinions politiques et religieuses polémiques). Enfin, les pièges à clics, l'excès de publicité, les fausses nouvelles et les partages excessifs de toutes sortes sont des irritants et des vecteurs de désinvestissement pour les communautés en ligne.



ÇA ÉVOLUE TROP RAPIDEMENT !

EST-CE QU'IL EST IMPORTANT DE SUIVRE LE COURANT ?

Certainement ! Ne doutez pas de vos capacités. Les fonctionnalités que nous offre Facebook et compagnie, ne dérogent pas des technologies que nous adoptons dans notre quotidien. Alexa, Google Home, votre réfrigérateur intelligent, bref les objets intelligents de manière générale sont désormais monnaie courante. Ils nous connectent au monde et, dans certains cas, nous simplifient la vie.

Expérience utilisateur

Il est important de préciser que les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat et TikTok) sont voués à adopter de nouvelles fonctionnalités à une périodicité fulgurante. Il n'y a toutefois pas d'inquiétude à avoir, car, une fois que l'on comprend les tendances actuelles, les géants numériques s'assurent que la transition aux fonctionnalités futures se fasse sans difficulté. L'expérience utilisateur est cruciale à l'ère du web décentralisé.



Cambridge Analytica et cie...

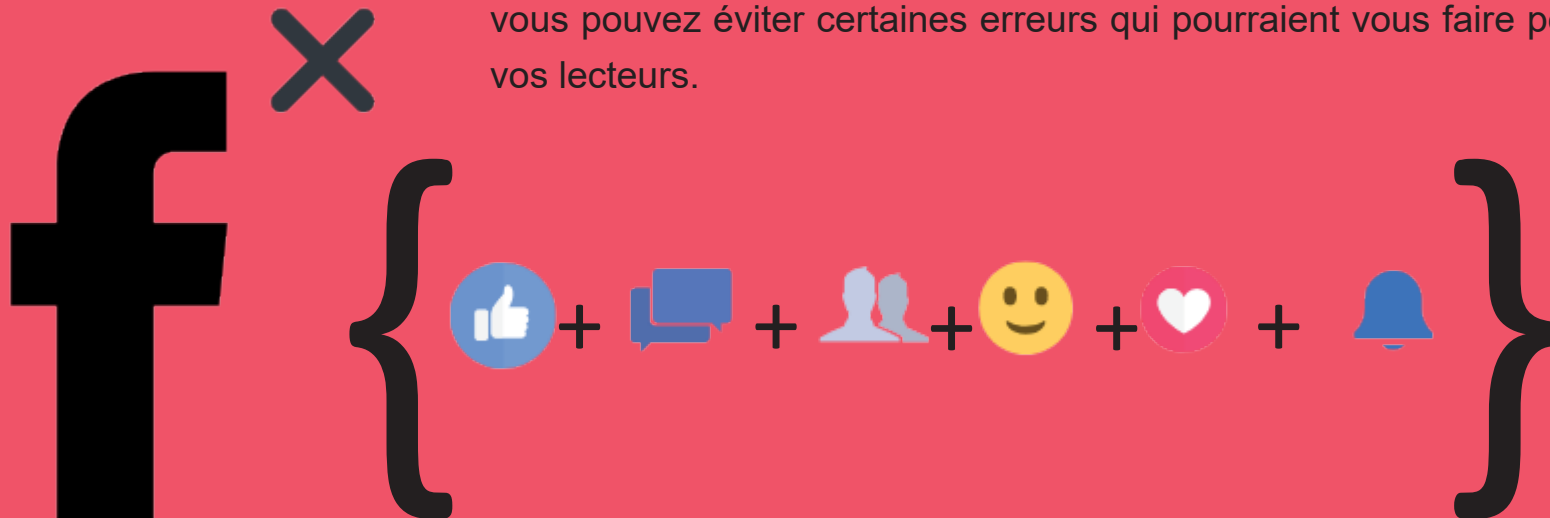
À titre informatif, Facebook cherche à regagner la confiance du public. Les problèmes de confidentialité, de partage de données massives, de pièges à clics et de fausses nouvelles ont donné envie à une poignée d'utilisateurs de se déconnecter de manière définitive. Cela explique pourquoi plusieurs gestionnaires de pages et de marques ont de la difficulté à joindre leur public cible. Malgré cela, il ne faut pas lâcher prise, une présence sur les réseaux sociaux est essentielle si vous voulez être lus à plus grande échelle, et connus par un plus jeune lectorat.



LES FAMEUX ALGORITHMES ...

L'algorithme Facebook peut être complexe pour les gestionnaires de pages. Il change, sans crier gare, au grand désarroi des utilisateurs. De manière générale, si une page ne correspond pas aux goûts et aux intérêts des utilisateurs ciblés par une entreprise, il est fort probable qu'elle ne soit jamais vue par ceux-ci. Bien que vos lecteurs aiment votre page, il n'y a aucune garantie qu'ils verront ce que vous y publiez. Puis, s'ils aperçoivent vos écrits, ils ne verront apparaître sur leur fil d'actualité qu'une fraction de ce que vous faites paraître réellement sur votre page.

Au fil du temps, les algorithmes ont appris à générer du contenu selon ce que les gens consultent. Donc, les fils d'actualité sont individualisés pour chaque utilisateur et ne se modifient que très rarement à moins qu'une action soit prise en ce sens. Même dans ce cas, Facebook semble toujours avoir le dernier mot sur ce que les utilisateurs voient ou non. Même si vous n'êtes pas en mesure de décider ce que les gens voient, vous pouvez éviter certaines erreurs qui pourraient vous faire perdre un segment de vos lecteurs.



QUELQUES IDÉES POUR VOUS PERMETTRE

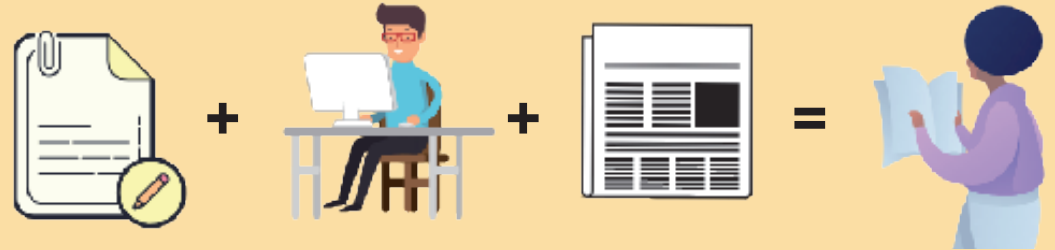
DE CONSERVER L'ENGAGEMENT DE VOS ABONNÉS

- ▶ Faites-vous **un calendrier de contenu**. Les outils statistiques vous permettent de voir à quel moment vos utilisateurs sont les plus actifs. Ça augmente votre taux d'engagement et vos chances d'être vus.
- ▶ **Limitez le nombre de mots** de vos publications et, surtout, ne retranscrivez pas vos articles intégralement sur la plateforme. Le lecteur doit être en mesure de saisir l'idée de votre texte rapidement. Quelques lignes sont suffisantes pour amener celui-ci à consulter l'article en question sur votre site internet.
- ▶ **Répondez à tous les commentaires**, même si ceux-ci sont négatifs. Une fois la publication lancée, votre travail n'est pas terminé. Vous devez rester actif pour entretenir la conversation avec votre lectorat. Cela est votre meilleur atout pour garder un taux d'engagement élevé. Faute de quoi, il est possible que vos utilisateurs se sentent ignorés. Cela entraînerait une baisse d'interactions sur votre page.



► Pour éviter la confusion, **ajoutez un appel à l'action ainsi qu'un lien dans chaque publication**. Autrement, les gens ne seront pas motivés à consulter votre site internet. Vous devez inclure le plus de valeur possible toutes les fois que vous publiez du contenu sur vos réseaux sociaux. **Voici quelques exemples de valeurs :**

➤ **Montrez à vos lecteurs** les étapes de production de votre journal sur les réseaux sociaux;



➤ **Mettez en valeur** l'implication de vos bénévoles par des photos et des vidéos;



➤ **Posez des questions** à vos lecteurs;



➤ **Donnez une vitrine** à vos lecteurs les plus loyaux.



- ▶ **Ne suppliez pas votre lectorat !** Que ce soit pour des mentions «j'aime», des commentaires ou des partages, cette approche est mal vue et pénalisée par les algorithmes. Aussi, dans ces cas-là, les utilisateurs auront tendance à éviter votre contenu.
- ▶ **Connaître son lectorat** est un enjeu majeur pour toute entreprise et communauté en ligne. Le fait d'être au courant de ce que vos lecteurs aiment, des activités auxquelles ils participent, de leurs priorités, de leurs problèmes et objections peut être un atout majeur pour votre média écrit.
- ▶ **L'inconstance et le fait de publier très peu de contenu** sont à proscrire si vous désirez garder, voire augmenter l'engagement sur votre page.
- ▶ **Ne lésinez pas sur le contenu audiovisuel**, c'est-à-dire le contenu photo et vidéo. Il est très aimé par toutes les tranches d'âges. De plus, il permet de maintenir l'attention de votre lectorat plus longtemps.



À SAVOIR...

Si vous êtes féru de nouvelles technologies, peut-être avez-vous vu défiler, dans votre fil d'actualité Facebook, une liste des tendances à anticiper sur les réseaux pour 2020. Voici quelques éléments à retenir :

- ▶ Le contenu vidéo continuera à dominer sur les plateformes en ligne.
- ▶ La réalité augmentée est utilisée abondamment par les réseaux sociaux (filtres sur Instagram, géolocalisation...). Elle permet d'améliorer l'expérience des utilisateurs.
- ▶ Le contenu éphémère (stories sur Snapchat et Instagram) continuera à croître en popularité. Comme la durée d'attention des internautes diminue parce que celle-ci est sollicitée de partout, ces formats s'intègrent bien à leurs quotidiens.

Dans la population, on observe des changements importants dans les habitudes de consommation d'information. De plus, vous constaterez que les jeunes désertent tranquillement Facebook. Ils migrent vers d'autres plateformes répondant mieux à leurs besoins.