

VADE-MECUM

INTRODUCTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX

SOMMAIRE

3 Avant-propos **4 Qu'est-ce que Facebook ?** **4 Pourquoi créer une page Facebook pour votre section ?** **5 Comment procéder ?**
11 Qu'est-ce que Twitter ? **11 Pourquoi créer un compte Twitter pour votre section ?** **12 Comment procéder ?** **19 La campagne d'adhésion sur la page Facebook et le compte Twitter de votre section** **21 Lexique**

Ligue
des **droits de**
l'Homme

FONDÉE EN 1891



Avant-propos

Ce guide vous propose une introduction à l'utilisation des réseaux sociaux Facebook et Twitter. Un lexique se trouve également à la fin du document, pour vous aider à réaliser au mieux cette campagne d'adhésion.

Dans un souci d'harmonisation, il est essentiel d'utiliser le nouveau logo: ne pas hésiter à demander au service communication de vous envoyer un logo personnalisé pour la section (idem avec la signature pour celles et ceux qui le souhaitent).

Il est important que le service communication puisse lister l'ensemble des pages Facebook et des comptes Twitter des sections existantes, et à venir. N'hésitez pas à communiquer le lien de votre page et de votre compte au mail suivant: communication@ldh-france.org.

Enfin, si ce n'est pas déjà fait, n'hésitez pas à proposer à chaque adhérent-e et chaque section ayant une page Facebook «d'aimer» la page Facebook nationale. Idem pour Twitter. Vous pouvez aussi laisser un «avis» sur la page Facebook nationale.

Si vous n'avez pas encore de page Facebook, ou de compte Twitter, ce vade-mecum devrait vous convaincre de leur utilité.

Ligue
des **droits de**
l'Homme
FONDÉE EN 1891



FACEBOOK

1. Qu'est-ce que Facebook ?

S'il y a bien un réseau social mondialement utilisé, c'est Facebook !

Lancé en 2004, Facebook a dépassé les 2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels (MAU Facebook, Q1 2017) en juin, dont 354 millions en Europe.

Chaque jour, 4,75 milliards de contenu est partagé et 4100 posts sont partagés chaque seconde ; ce qui montre bien l'importance d'être présent sur une telle plateforme.

Retrouvez ici quelques conseils et pistes pour créer et animer votre page, mais aussi optimiser votre visibilité.

Page nationale de la Ligue des droits de l'Homme : www.facebook.com/ldhfrance

La LDH, en tant qu'association, est présente sur Facebook via sa « page ». Animée par le service communication, cette page permet principalement de diffuser de l'information (prises de position de la LDH, actualité politique ou juridique, événements nationaux ou locaux de l'association ou des partenaires, etc.), mais aussi de créer du lien, d'échanger avec les adhérents et les personnes qui la suivent sur les réseaux sociaux.

En faisant le choix d'utiliser ce canal de diffusion, la LDH s'adresse à un public où toutes les tranches d'âge sont représentées, et plus particulièrement les jeunes. Mais à la différence du site Internet, la « page » ne se contente donc pas de diffuser les communiqués et les prises de position de la LDH et des collectifs et réseaux dont elle est membre. Elle offre aussi la possibilité de s'adresser directement à une communauté de personnes soutenant ses combats.

2. Pourquoi créer une page Facebook pour votre section ?

Pour créer du lien, proposer un échange avec la communauté : les « amis » de votre page Facebook sont constitués de vos adhérent-e-s et plus généralement de sympathisant-e-s. Facebook est en effet un excellent moyen de s'adresser aux jeunes. En 2017, on recense 33 millions de français-es actifs-ves (chaque mois) sur ce réseau social. Rien que ce chiffre devrait inciter à la réflexion.

Facebook peut vous permettre de faire **connaître votre section et de dynamiser votre communauté**. Mais pour cela, il convient d'échanger avec vos visiteurs-euses. Il s'agit de créer une relation, de l'entretenir en sollicitant les gens qui « aiment » votre page, en leur demandant leur avis sur tel sujet, en leur posant des questions, en les faisant « voter », etc.

Une page Facebook permet également **d'augmenter le référencement, c'est-à-dire la visibilité du site Internet de votre section** en postant systématiquement un lien vers votre site ou le site national de la LDH. Vous créez ainsi des « backlinks » (lien retour) qui sont utilisés par Google pour calculer votre position dans les résultats de recherche. En somme, plus vous avez de backlinks, plus vous êtes pertinents aux yeux du moteur de recherche.

Votre page vous permettra de rassembler des personnes (et donc des profils Facebook) autour d'un centre d'intérêt commun. Ces personnes, qui deviendront les « amis » de votre page, pourront vous aider à développer votre nombre de membres sur Facebook.

Le réseau social Facebook est idéal pour votre section, car vous avez beaucoup d'informations à communiquer quotidiennement (les informations de votre section, celles publiées par le national, et les divers collectifs ou réseaux dont la LDH est membre). Votre page vous permettra ainsi d'annoncer vos événements et d'inviter vos « amis » à y participer, ainsi que de diffuser l'information en les partageant. La page vous offre aussi des statistiques gratuites, utiles pour suivre l'interaction de vos « amis » et l'évolution de votre page. Enfin, les publications que vous mettez sur votre page apparaissent dans le fil d'actualité de vos « amis », ce qui leur permet de suivre, même de manière passive, l'activité de votre section.

Faut-il créer une page ou un groupe ?

Les profils Facebook sont destinés à des personnes individuelles.

Les pages Facebook, elles, sont destinées aux organisations et entreprises. Elles sont donc tout à fait adaptées aux associations. Ces pages ne peuvent être créées que par le représentant officiel de cette entité. « *Les pages ne peuvent être créées que pour représenter une vraie organisation ou entreprise, un artiste ou un groupe, et seul le représentant officiel de cette entité a le droit d'en créer une. Les groupes, quant à eux, sont comme des espaces d'échanges d'idées qui peuvent être créés par n'importe qui sur n'importe quel sujet. Les groupes peuvent être fermés ou secrets, tandis que les pages sont destinées à permettre à une entité de communiquer de façon publique.* » (cf. Facebook).

Les groupes ne sont donc pas adaptés dans le cadre d'une association, qui elle, doit être administrée par des membres officiels de celle-ci.

Alors que le groupe ne permet de publier qu'en nom propre, sur une page, vous pouvez publier au nom de votre association, ce qui est un gros avantage.

3. Comment procéder ?

Pour créer la page Facebook de votre section, deux possibilités :

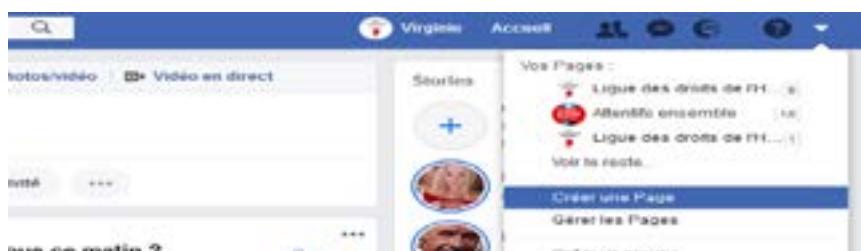
You avez déjà un profil Facebook

Pour créer votre page, il suffit de vous rendre sur une page existante, par exemple la page de la Ligue des droits de l'Homme (profitez-en pour « aimer » cette page si cela n'est pas déjà fait !) et de passer la souris sur l'onglet « ... » et de cliquer sur le bouton « Créer une page », comme indiqué ci-dessous.



Votre page s'affichera sur l'accueil de votre profil Facebook, dans la colonne de gauche, dans l'onglet « Pages ».

Vous pouvez également vous rendre sur votre compte et cliquer sur la flèche du bas puis sur « créer une page ».



Vous n'avez pas de profil Facebook

Vous devez d'abord commencer par créer un profil Facebook. Il suffit de suivre les étapes indiquées sur le site.

Pour ensuite créer une page : sur votre page d'accueil de Facebook, vous pouvez choisir de créer directement une page.

1. Pour ce faire, il vous suffit de cliquer sur « Créez une page » dans la colonne de gauche de cette page.

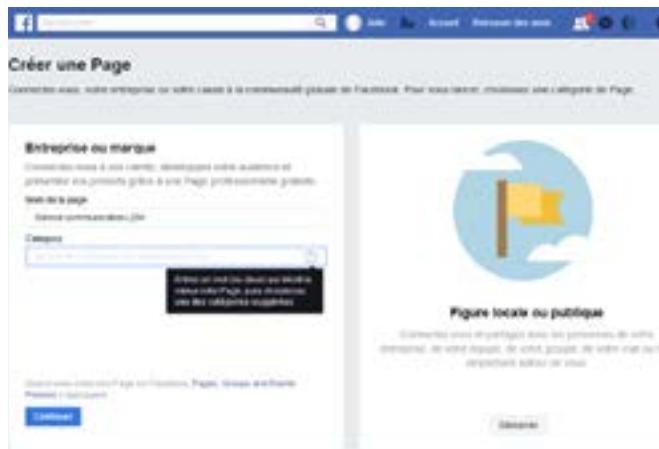


2. Une fois que vous avez cliqué sur « Créez une page », vous arrivez sur cette page : choisissez « Figure locale ou publique »



3. Choisir le type d'organisme « Organisation Non Gouvernementale (ONG) » puis donner un nom à votre page. Par exemple :

- Ligue des droits de l'Homme [VILLE]
- Ligue des droits de l'Homme [DEPARTEMENT]
- Ligue des droits de l'Homme [REGION]
- Ligue des droits de l'Homme Metz OU
- Ligue des droits de l'Homme - section Metz
- Ligue des droits de l'Homme Moselle OU
- Ligue des droits de l'Homme Moselle - fédération
- Ligue des droits de l'Homme - fédération Moselle
- Ligue des droits de l'Homme Lorraine OU
- Ligue des droits de l'Homme Lorraine - comité régional
- Ligue des droits de l'Homme - comité régional Lorraine

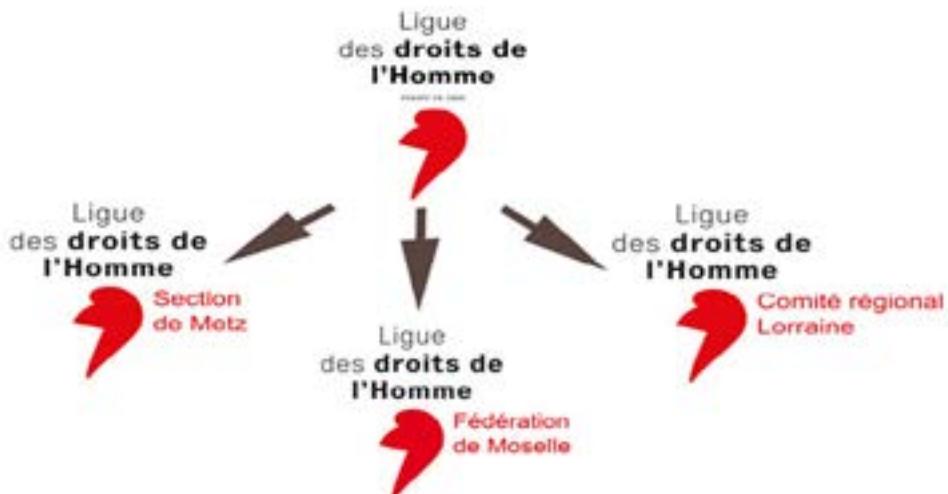


4. Mettre une photo de profil et une photo de couverture à votre page. Ne pas hésiter à actualiser celle-ci lors d'une campagne (exemple : campagne d'adhésion LDH 2018):

Quelques conseils pour bien choisir ses visuels :

Télécharger le logo de votre section.

NB : dans un souci d'homogénéisation au niveau national il est important de faire apparaître le nouveau logo (2014). Un logo personnalisé peut vous être transmis sur simple demande par le





Votre page est créée !

Il vous reste maintenant à la rendre présentable, claire et attrayante.

1. Modifier le nom d'utilisateur de votre page Facebook. Rendez-vous sur votre page puis cliquez sur l'onglet à gauche « à propos », puis sur « modifier » à coté de la mention « nom de compte » et entrez le nouveau nom. La modification du nom d'utilisateur entraîne automatiquement la modification du lien permettant d'accéder à votre compte. Vous pourrez désormais retrouver votre page à l'adresse facebook.com/nouveau_nom_d'utilisateur

Pour le choix de votre nom d'utilisateur, nous vous conseillons de procéder comme suit : ldh(+nom de votre section). Si votre section a un nom composé, séparer les deux mots par un trait d'union ou une majuscule.

2. Décrire la section, insérer le lien de votre site web et/ou de votre compte Facebook. Prendre le temps d'écrire la description de votre section avec des mots clés car ils auront un impact sur le référencement de celle-ci.

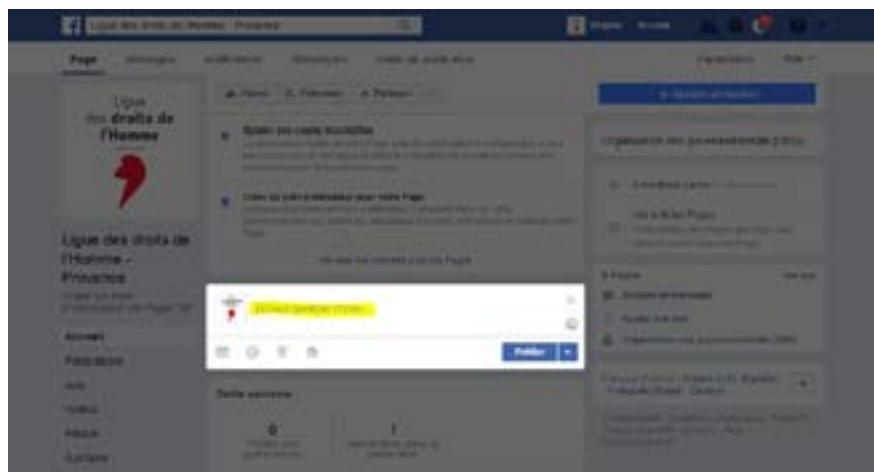
Exemple : « *Organisation civique, la LDH intervient dans tous les domaines concernant la citoyenneté et les droits et libertés, collectifs ou individuels. La LDH est une association généraliste, apolitique et laïque.* »

Enregistrer les informations.



- Si vous le souhaitez, ajoutez cette page à vos favoris : cela signifie que cette page fera partie des préférences de votre profil et que son actualité apparaîtra dans votre fil d'actualité. Validez.

Vous pouvez commencer à poster des informations.



Vous voilà prêt à administrer votre page !

Qui doit administrer la page de mon association ?

Il est préférable de nommer plusieurs administrateurs pour la page en cas de « bug »¹ ou de comptes bloqués. Vous pouvez envisager de distribuer les rôles (une personne gère les nouveaux posts, une autre gère l'interaction de la page, etc.). Il convient de définir en amont ce que vous attendez de votre page Facebook, le type de contenus que vous allez y poster, ainsi que la façon dont vous allez créer de l'interaction. Réfléchissez également à la fréquence des mises à jour.

Ajouter un administrateur en cliquant sur « Paramètres » depuis votre page, puis rendez-vous sur « Rôle de la Page » (colonne de gauche), et suivez les instructions.

En ce qui concerne la modération, il faut veiller à modérer la page tous les jours pour traiter les points suivants :

- répondre aux commentaires ;

- renseigner ;
- suggérer des liens à lire (en les partageant) ;
- éventuellement supprimer les commentaires injurieux.

1. Un bug est un défaut de conception d'un programme informatique à l'origine d'un dysfonctionnement.

Quel contenu ?

Vous pouvez y placer les photos et vidéos de vos activités, des liens vers des articles, annoncer vos événements futurs, vos nouveautés, prévoir des contenus d'animation de votre communauté (questions, votes, etc.), remercier les bénévoles, faire des appels au bénévolat, organiser des jeux, etc. De manière générale, vous pouvez mettre tous types de contenus afin de créer du lien. N'hésitez pas à partager ce que le national publie sur sa page ! Inversement, si votre section a des événements importants ou des prises de position sur des faits d'actualité sur lesquels le national s'est aussi prononcé, n'hésitez pas à communiquer au service communication ce que fait votre section pour diffusion sur Infocom et, en précisant le lien direct vers votre post, afin de le faire éventuellement apparaître sur la page facebook nationale.

Parlez de votre section, de la LDH nationale, de vos partenaires, des collectifs dont la LDH est membre, etc. Le but est d'atteindre le plus de personnes possible, et de susciter leur réaction en retour (sur Facebook, plus les commentaires, les « j'aime » et les « partager » sont nombreux, plus le post est vu et est relayé).

NB : Pour obtenir l'URL direct de votre post (afin de nous l'envoyer), il vous faut cliquer sur la date de votre publication. Le post s'affiche alors en grand écran, et vous pouvez copier l'adresse URL.



Quelle diffusion ?

Facebook peut être considéré comme un outil à utiliser en complément du site de votre section (sur lequel il faut intégrer un lien vers la page Facebook et Twitter de votre section). Il est probable que la plupart des gens qui rejoindront votre page Facebook passeront d'abord par votre site Internet. Pensez à faire figurer votre page Facebook sur tous vos supports de communication, dans la signature de vos mails, sur vos affiches, flyers, etc.

TWITTER

A l'instar de Facebook, si ce n'est pas déjà fait, nous invitons les sections à créer un compte Twitter et à partager (retweeter) régulièrement les tweets du compte Twitter national. Il est essentiel que les sections communiquent leur compte Twitter au service communication (communication@ldh-france.org), afin que nous puissions les suivre et les inviter à faire de même.

Compte Twitter de la LDH nationale : **@LDH_fr**

1. Qu'est-ce que Twitter ?

Tout comme Facebook, Twitter a des particularités qui lui sont propres. Il fonctionne comme un système d'abonnement (à une association, une personnalité, une marque, une entreprise) pour que leurs actualités apparaissent sur votre page d'accueil. Il est comparable à une revue de presse ou à un agrégateur d'informations. Ainsi, tous les usagers peuvent suivre des informations de secteurs, personnalités, d'associations qui les intéressent et les partager. Ils peuvent également interagir avec l'administrateur du compte en répondant à l'information postée/diffusée.

2. Pourquoi créer une page Twitter pour votre section ?

Twitter est le second réseau social le plus utilisé après Facebook, avec près de 328 millions d'utilisateurs-trices actifs-ives dans le monde, dont 21,8 millions de visiteurs-euses uniques en France. Connue par la majeure partie de la population (89 % des plus de 15 ans) Twitter compte aujourd'hui 4,7 millions d'utilisateurs quotidiens. Le panel des utilisateurs de Twitter a tendance à se diversifier, il attire de plus en plus de jeunes, mais il est composé principalement de journalistes, ce qui en fait un outil incontournable pour informer et sensibiliser aux missions de la LDH. Un-e utilisateur-trice type aurait en moyenne 208 « followers »², suivrait 250 comptes et « tweeterait »³ 11 fois par semaine. Il-elle réagit le plus souvent à l'actualité ou aux sujets de société (52 %). 41 % des comptes les plus lus appartiennent à un journal ou à un média, 36 % à un-e journaliste ou à une personnalité des médias. Ces chiffres démontrent combien il est opportun d'investir ce réseau afin d'échanger et d'établir des contacts avec un public dont les intérêts se rapprochent de ceux de la LDH. De plus, il favorise l'accroissement du pouvoir d'influence et de diffusion de la LDH.

Les avantages de Twitter :

- c'est une plateforme essentielle pour être suivi par ses utilisateurs-trices, augmenter le nombre de sympathisant-e-s et diffuser sa propre actualité. Ainsi, vous communiquez facilement avec les adhérent-e-s et sympathisant-e-s intéressé-e-s par les missions de la LDH ;
- il permet de réagir aux situations d'urgence et de s'implanter dans les débats qui ont lieu dans la sphère publique, médiatique, sur les réseaux sociaux ou encore dans les débats politiques.
- c'est un concept simple qui permet de réagir rapidement et facilement à l'actualité, sous la forme de micro-blogging⁴. C'est donc un support sur lequel il faut être réactif pour gagner en visibilité ;
- chaque information publiée peut-être partagée ou trouvée par un-e futur-e abonné-e potentiel-le ce qui améliore considérablement l'ampleur et la réputation de votre section et de celle de la LDH ;
- il permet de suivre des associations partenaires, des personnalités ou des institutions dont les intérêts sont proches de la LDH, de nouer des partenariats et trouver de nouveaux collaborateurs ;

2. « Followers » est la version anglaise du terme « suiveurs ». Il s'agit de l'ensemble des suiveurs d'un compte Twitter.

3. Rédiger et publier des tweets.

4. Le micro-blogging est un dérivé concis du blog qui permet de publier un court article, plus court que dans les blogs classiques, les articles pouvant être très court. Un blog est un type de site web destiné à publier régulièrement des articles sur l'actualité ou sur des thèmes spécialisés.

3. Comment procéder ?

Comment créer un compte :

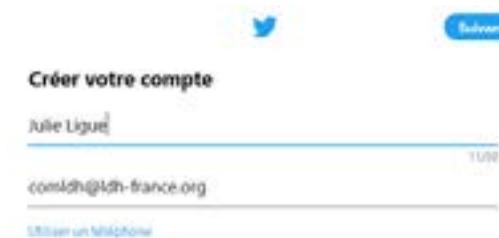
Les étapes de création d'un compte

Suivons ensemble les 10 étapes de création et de paramétrage de votre compte.

Etape 1. Rendez-vous sur <http://twitter.com> ou directement sur <https://twitter.com/signup> et cliquez sur « S'inscrire ».



Etape 2. Pour créer votre compte, entrez votre nom et votre mail ou numero de telephone.



Comment choisir un pseudonyme ?

Votre pseudonyme est le nom que vos abonnés utilisent lorsqu'ils vous mentionnent dans les messages qu'ils publient et dans les réponses ou les messages privés qu'ils vous envoient. Ce pseudonyme composera également l'URL de votre page de profil Twitter. (https://twitter.com/LDH_Fr).

Par exemple, pour la section de Metz s'appellera « LDH Metz ». Remarque : vous pouvez modifier votre nom d'utilisateur dans vos paramètres de compte à tout moment, à condition que le nouveau nom d'utilisateur ne soit pas déjà utilisé par un tiers.

Un nom d'utilisateur doit être composé de moins de 15 caractères et ne doit pas contenir les mots « admin » ou « Twitter », afin d'éviter toute confusion avec la marque.

Etape 3. Choisir un mot de passe



Etape 4. Sélectionnez les catégories de contenus qui vous intéressent

En sélectionnant une catégorie, Twitter vous proposera une liste de suggestions de comptes auxquels vous pourrez vous abonner en un seul clic (cf. Etape 3).

Nous vous conseillons dans un premier temps de cocher les cases « Associations et Caritatif », « Actualités » et « Politique » afin de ne pas vous éparpiller et obtenir un fil d'actualité correspondant aux terrains de travail de la Ligue des droits de l'Homme.



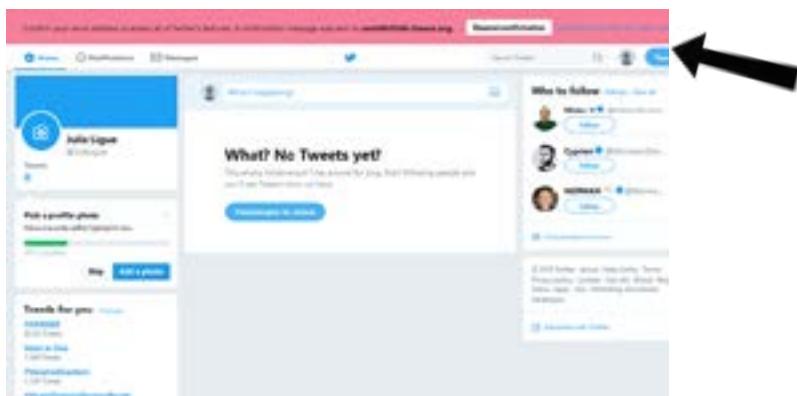
Etape 5. Suggestions personnalisées

En fonction des cases cochées à l'étape précédente, vous voyez à présent une liste de comptes appartenant aux catégories sélectionnées.

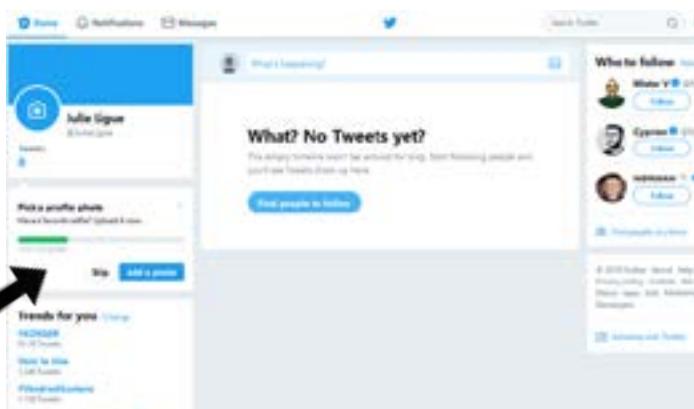
Cochez les cases des pages qui vous intéressent et passez à l'étape suivante ou sélectionnez « passer pour le moment » pour les sélectionner plus tard.



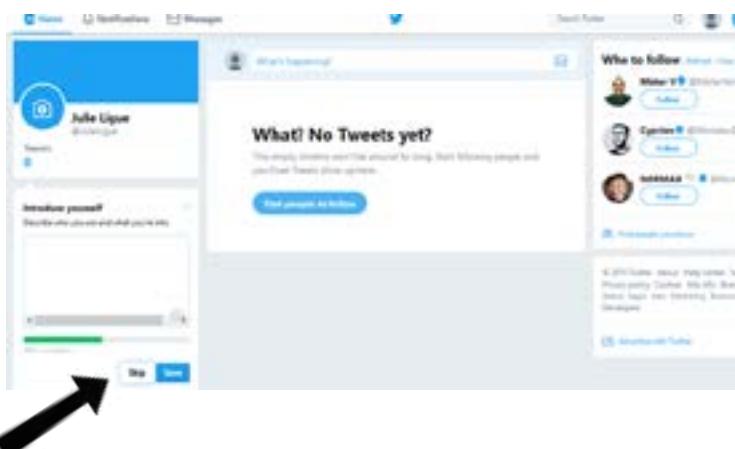
Etape 6. Confirmez par mail la création de votre compte



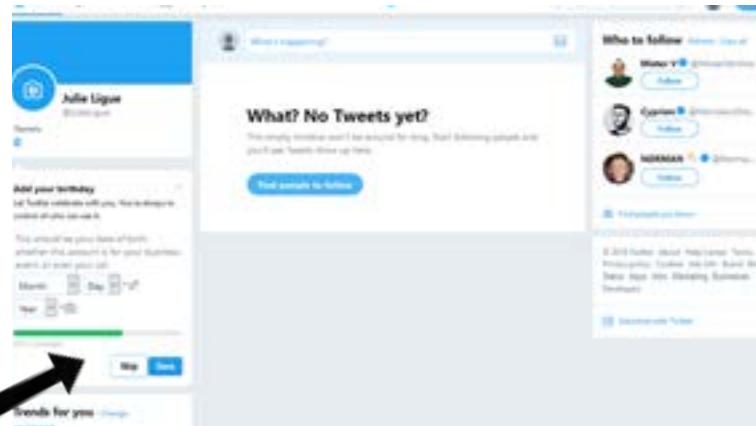
Etape 7. Ajoutez une photo (le logo de votre section). Vous avez toujours la possibilité de passer l'étape.



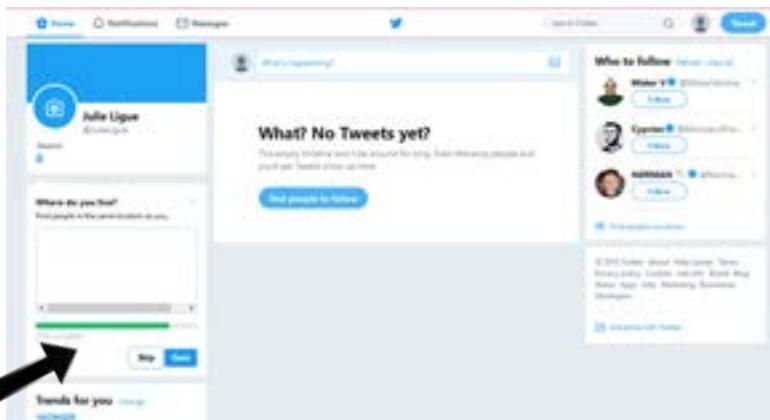
Etape 8. Ajoutez une biographie



Etape 9. Ajouter sa date de naissance

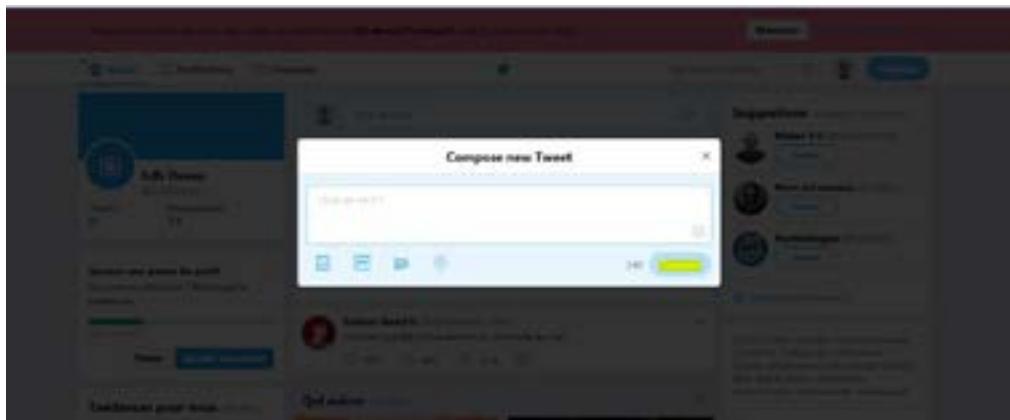


Etape 10. Ajouter son lieu de résidence



Comment écrire un tweet ?

Pour écrire un tweet, utilisez le champ « Quoi de neuf » situé au-dessus de votre fil d'actualité ou le bouton « Twitter ».

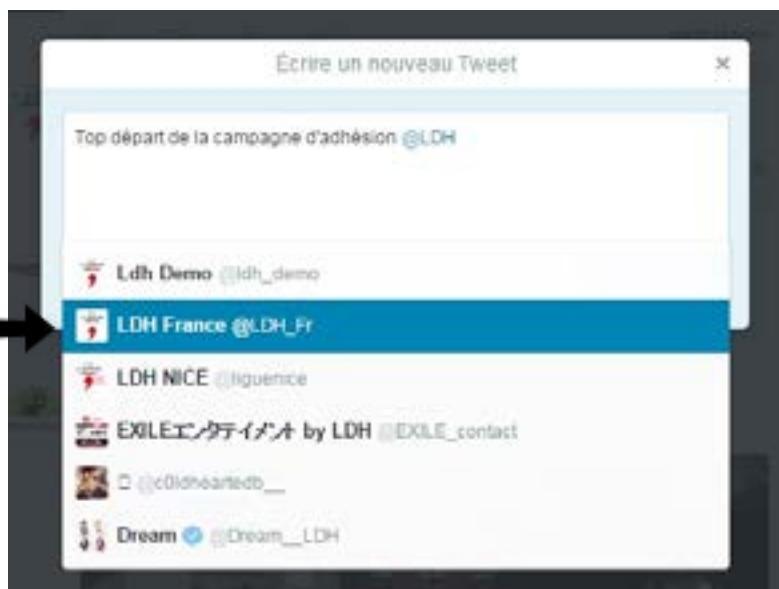


En cliquant sur le bouton « Tweeter », une fenêtre s'affiche ainsi qu'une zone de texte dans laquelle vous allez commencer à taper votre message, ou plutôt votre tweet !

Comme vous pouvez le voir le nombre de caractères est limité à 280. Cela signifie que les internautes ne verront que les 280 premiers caractères de votre tweet. Le reste sera invisible. Il est donc important d'être clair, concis et précis lors de la rédaction de votre tweet.

Tapons « Top départ de la campagne d'adhésion » et ajoutons le pseudonyme de la Ligue des droits de l'Homme @LDH_fr. En mentionnant ainsi le compte @LDH_Fr, les internautes seront automatiquement redirigé vers le fil d'actualité du siège de la LDH) (cf. « Comment créer un pseudonyme »).

En tapant les premières lettres d'un compte, après @, Twitter vous suggère une liste de comptes sur laquelle vous pouvez cliquer pour mentionner le nom de la personne dans votre Tweet. Vous pouvez aussi le pseudonyme directement si vous le connaissez.

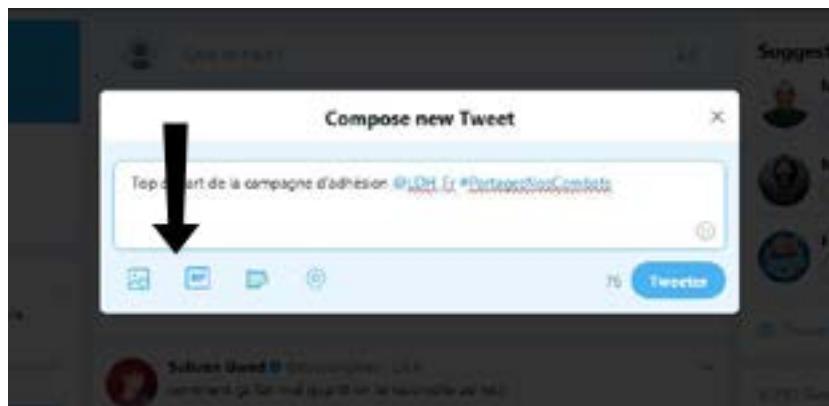


Ajoutons également le « Hashtag »¹ #PartagezNosCombats

Lorsque vous cliquez sur un hashtag vous accédez à la liste de tous les tweets concernant ce même mot clé ou portant sur le même sujet. Exemple : le hashtag #DroitsdelHomme peut être inclus dans tous vos tweets. Si un internaute tape droitsdelhomme dans la barre de recherche Twitter, il verra la liste de tous les tweet traitant des sujets liés aux droits de l'Homme.

Un hashtag fonctionne comme un mot-clé :

- il peut être thématique : #etatdurgence
- il peut être contextuel : #GayPride ou #Rentrée2017
- il peut faire référence à une personne : #SimoneVeil



1. Un hashtag est un mot ou une expression systématiquement précédé du signe #.

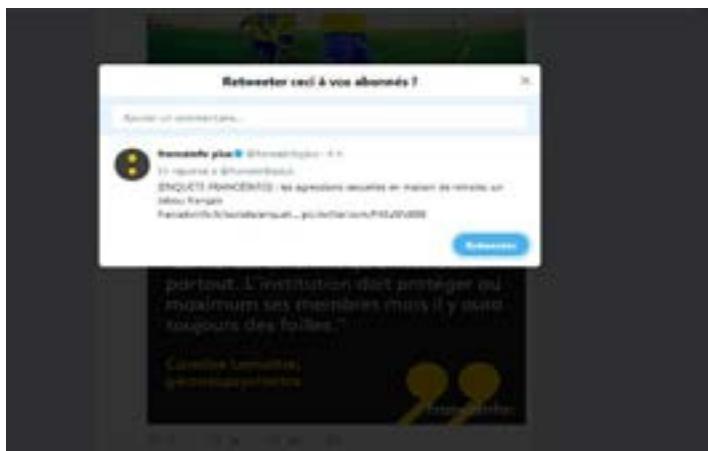
Vous pouvez également ajouter l'adresse d'un site internet ou d'un article dans votre message. Pour cela il faut copier l'adresse du lien, appelée URL, et la coller à la suite de votre message (tweet). L'exemple ci-dessous vous montre la page de la campagne d'adhésion et le lien (cf. guide d'utilisation de Twitter sur *comment réduire un lien*)



Il est aussi conseillé d'ajouter une image en cliquant sur « Ajouter une photo », puis de sélectionner le visuel de votre choix (cf. par exemple, l'un des visuels de la campagne) et cliquez sur « Ouvrir ».

Vous pouvez également faire la même chose pour un GIF : une image animée qui donne de la visibilité à votre tweet. Cliquez sur « Ajouter un GIF », et choisissez celui qui vous convient parmi les propositions qui s'affichent.

Vous avez tweeté votre premier tweet : il compte un ou plusieurs hashtag, une image ou un GIF, un lien, et une ou plusieurs mentions : il est parfait !



« Retweeter »

Pour « retweeter »², il vous suffit de cliquer sur l'icône indiquée ci-dessous (cette dernière se trouve en dessous de chaque « tweet »).

Ensuite, cliquer sur « retweeter » pour confirmer votre action. Le tweet que vous êtes en train de diffuser apparaîtra désormais sur votre compte, et il sera accessible à tous vos abonné-e-s.

2. Partagez le tweet d'une autre personne/asso/compte

LA CAMPAGNE D'ADHÉSION SUR LA PAGE FACEBOOK ET LE COMPTE TWITTER DE VOTRE SECTION

Dans le cadre de la campagne d'adhésion 2018, il est important de mobiliser les sections et les ligueurs-euses, entre autres, via les réseaux sociaux : s'adresser aux ligueurs-euses présent-e-s sur Facebook et aux sections ayant une page, afin qu'ils-elles relaient la campagne auprès de leurs ami-e-s, famille, connaissances militantes, etc., en expliquant à leurs proches ce que leur apporte la LDH, ce qu'ils-elles font concrètement au sein de la LDH, et en les incitant à adhérer... Le simple partage d'une publication de la LDH avec un petit commentaire élargira la communauté « cible » de la LDH.

Pour vous accompagner, nous avons réalisé un **kit de campagne numérique**. Il contient les différents outils visuels (bannières, logos, slogans), des conseils et un planning de diffusion.

1. Facebook

a) **Photo de couverture de votre page Facebook** : remplacer la photo de couverture actuelle par la couverture spéciale « adhésion » (voir la page dédiée de la LDH nationale).

b) **« Posts » Facebook (messages)** : aidez-nous à créer de l'engagement en postant des messages. slogan, avec un « hashtag » (#) dédié à la campagne d'adhésion. S'il est essentiel de partager les post nationaux, il est tout aussi à propos pour vous de personnaliser vos messages, pour faire le lien entre la campagne nationale et votre communauté locale, en rebondissant par exemple sur l'actualité.

c) **Utiliser un #hashtag (ou plusieurs)** : fonctionne comme un mot clé, c'est un moyen de retrouver plus facilement des publications portant sur une thématique, une personne ou un contexte précis : #etatdurgence #simoneveil #gaypride etc. C'est donc un bon moyen pour que votre publication soit rapidement repérée par Facebook et les personnes que le sujet intéresse. N'hésitez donc pas à utiliser le #PartagezNosCombats durant la campagne, mais aussi celui de la #LDH dans vos posts.

d) **Faire des animations régulières tout au long de la campagne**. Ci-dessous, différents types d'animation qui peuvent vous inspirer :

- sur Facebook, les vidéos sont plus partagées, commentées et « aimées » que les photos : essayer de réaliser des vidéos courtes de deux-trois minutes, en filmant quelques ligueurs-euses (de tous les âges), expliquant pourquoi ils sont adhérent-e-s ;
- publier des posts présentant les **actions concrètes de votre section** afin de ne pas avoir un discours lointain (exemple : « Saviez-vous que la LDH propose ? N'attendez plus, rejoignez-nous ! Adhérer à la LDH ! » ou « En adhérant à la LDH, vous... ») ;
- trois idées reçues sur la LDH déconstruites sur Facebook (ex. : la LDH est une institution). Cf. tract de la campagne d'adhésion. ;
- « Le ligueur-euse de la semaine » : trois questions à un-e ligueur-euse actif-ve dans une section ou à un ligueur-euse qui est peu disponible mais qui soutient financièrement la LDH par son adhésion, etc. ;
- Pensez à ajouter des GIFs à vos publications : de même que les vidéos, ils sont appréciés du public et peuvent rendre vos publications plus populaires.

NOTA BENE : rendre son statut visible par toutes et tous pour élargir la visibilité Facebook vous offre la possibilité de choisir auprès de qui votre statut sera visible. Par défaut, votre statut sera visible par vos amis, mais vous pouvez le personnaliser, et choisir de rendre votre statut public. Pour donner un maximum de visibilité aux actions et aux communications de la LDH il est important que les publications soient visibles par tous ! Pour cela pensez à rendre vos publications publiques en modifiant le paramètre « Qui peut voir ça ? ».

Pour ce faire, une fois votre statut rédigé, cliquez sur « Amis » puis sélectionnez « Public ». Vous pouvez déterminer vous-même la confidentialité de votre statut à chaque publication.



L'icône « planète » apparaît, vous pouvez cliquer sur publier !

2. Twitter

a) Des « # » pour la campagne d'adhésion ont été créés : #PartagezNosCombats, #LiguonsNous, #LDH. Il convient de le mettre sur tous les supports de la campagne.

b) Photo d'en-tête Twitter : mettre une photo/bannière de la campagne d'adhésion sur votre compte Twitter (en tant que photo de couverture par exemple)

c) « Retweeter » les tweets nationaux.

d) Tweeter tout au long de la campagne. Ci-dessous des exemples de tweets :

- La @LDH_Fr a lancé une campagne nationale d'adhésion. LIKEZ, PARTAGEZ, ADHEREZ ! Nous comptons sur vous !
- J'ai adhéré @LDH_Fr, et vous ? #PartagezNosCombats <https://frama.link/Adhesion>
- 9 000 adhérent-e-s @LDH_Fr, on vous attend ! #PartagezNosCombats <https://frama.link/Adhesion>
- Défendre mes droits, c'est aussi adhérer à la #LDH. <https://frama.link/Adhesion>
- Quand les droits sont bafoués #PartagezNosCombats <https://frama.link/Adhesion>
- Nous vous attendons pour militer ensemble ! #PartagezNosCombats <https://frama.link/Adhesion>

e) Ne pas oublier de suivre le planning de diffusion concertée qui accompagne le kit de la campagne numérique cette année!

3. Les bonnes pratiques

Au fur et à mesure de votre utilisation des réseaux sociaux, vous deviendrez de plus en plus à l'aise avec les outils numériques. N'hésitez pas à en profiter pour vous démarquer, adopter un ton qui vous est propre pour **personnaliser votre communication** : mettez en avant les combats que vous portez localement, adoptez un ton qui vous est propre, valorisez et commentez les publications de vos partenaires locaux... démarquez-vous !

S'il existe de bonnes pratiques à respecter, il est également important d'apporter votre touche personnelle à vos contenus.

Ces vade-mecum ne prétendent pas être exhaustifs. **Si vous avez toujours de questions, n'hésitez pas à contacter le Service Communication** qui sera ravi de vous informer et de vous assister.

LEXIQUE

Facebook

Abonnement

S'abonner au profil de quelqu'un vous permet de connaître son actualité, même si vous n'êtes pas « amis ». Le bouton « S'abonner » vous aide également à affiner votre fil d'actualité pour sélectionner le type d'informations que vous souhaitez voir.

Admin

Les administrateurs-trices sont les personnes qui créent et gèrent l'activité dans un groupe ou sur une Page. En savoir plus sur les administrateurs-trices de groupe ou les différents rôles sur une « Page ».

Ami(e)

Les « amis » sont des personnes avec qui vous êtes en contact et avec qui vous échangez sur Facebook.

Bloquer

Vous pouvez bloquer un-e utilisateur-trice afin de le-la supprimer de votre liste d'amis et de l'empêcher d'engager des conversations avec vous ou de voir ce que vous publiez dans votre « Journal ».

Être bloqué peut également signifier que Facebook a temporairement restreint votre utilisation d'une ou de plusieurs fonctionnalités, mais vous avez toujours accès à votre compte.

Discussion instantanée

La discussion instantanée vous permet d'envoyer des messages instantanés à des « amis ».

Événement

Les événements sont une fonction qui vous permet d'organiser des réunions, de répondre à des

invitations et de savoir ce que font vos « amis ».

Fil d'actualité

Le fil d'actualité est une liste permanente des mises à jour sur votre page d'accueil. Il affiche les actualités de vos ami-e-s et des « Pages » auxquelles vous êtes abonné-e.

Groupes

Les groupes sont des espaces privés vous permettant de rester en contact avec des personnes en partageant des mises à jour, des photos ou des documents. Le groupe de la LDH sur Facebook s'appelle «LDH Réseaux Sociaux» : <https://frama.link/GroupeLDH>

Identification

Une identification relie une personne, une « Page » ou un lieu à une de vos publications telles qu'un statut ou une photo. Par exemple, vous pouvez marquer une photo pour indiquer qui s'y trouve ou publier un statut et préciser avec qui vous êtes.

J'aime (Like)

Cliquer sur « J'aime » est une manière de donner un avis positif et de vous associer aux choses qui vous intéressent sur Facebook.

Journal

Votre journal est l'endroit où vous pouvez voir vos publications et les publications dans lesquelles vous avez été identifié-e affichées par date. Votre journal fait également partie de votre profil.

Listes

Vous pouvez utiliser des listes pour organiser/trier vos « amis » sur Facebook.

Messages

Vos conversations en cours avec des utilisateurs-trices de Facebook sont stockées dans vos messages et dans votre boîte de réception.

Notifications

Les notifications sont des mises à jour relatives aux activités sur Facebook.

Page

Les pages permettent aux entreprises, marques et organismes de communiquer avec des personnes sur Facebook.

Paramètres de confidentialité

Vos paramètres de confidentialité vous permettent de gérer vos préférences en matière de confidentialité. Pour les autres contenus que vous partagez sur Facebook, vous pouvez choisir votre audience au moment de la publication.

Paramètres du compte

Utilisez les paramètres du compte pour gérer les préférences de base de votre compte. Vous pouvez entre autres modifier votre nom ou vos informations de courrier électronique, changer vos préférences de notification ou activer des fonctions de sécurité supplémentaires.

Photo de couverture

Votre photo de couverture est l'image grand format qui se trouve en haut de votre profil, juste au-dessus de votre photo de profil (taille idéale: 21,8 x 8,3 cm).

Photo du profil

Votre photo de profil est la principale photo de vous affichée dans votre journal. Elle apparaît sous forme de miniature à côté de vos commentaires et de toute autre activité dans Facebook (taille idéale: 4,7 x 4,7 cm).

Profil

Votre profil est le recueil de vos photos, publications et expériences qui vous représentent. Votre profil contient également votre Journal.

(Hashtag)

Un hashtag est un mot ou une expression immédiatement précédé(e) par le symbole #. Lorsque vous cliquez sur un hashtag, d'autres tweets contenant le même mot-clé ou portant sur le même sujet s'affichent.

Abonné-e

Un-e abonné-e est un-e autre utilisateur-trice Twitter qui a décidé de vous suivre pour recevoir vos tweets sur sa page d'accueil.

Abonnement(s)

Un abonnement est le résultat d'une personne suivant votre compte Twitter. Vous pouvez voir votre nombre d'abonnements (ou d'abonné-e-s) sur votre profil Twitter.

Accueil

L'accueil est votre flux de tweets publiés en temps réel par les utilisateurs-trices que vous suivez.

Biographie

Votre biographie est une brève description personnelle (160 caractères maximum) qui apparaît sur votre profil et permet de vous caractériser sur Twitter.

Bloquer

Lorsque vous bloquez un-e utilisateur-trice Twitter, ce compte ne peut plus vous suivre ou vous ajouter à ses listes Twitter et vous ne recevez plus de notifications s'il-elle vous mentionne dans un tweet.

Bouton Suivre

Cliquez sur le bouton Suivre pour vous abonner à quelqu'un (ou vous désabonner) sur Twitter à tout moment. Lorsque vous suivez quelqu'un, ses tweets s'affichent sur votre page d'accueil.

Compteur d'abonnés

Ce compteur reflète le nombre de personnes que vous suivez et le nombre de personnes qui vous suivent; ces données figurent sur votre profil Twitter.

Favori

Ajouter un tweet à vos favoris indique que vous aimez un tweet spécifique. Sélectionnez l'icône en forme de cœur pour ajouter un tweet à vos favoris; l'auteur-e verra que vous aimez son tweet. Vous pouvez retrouver tous vos tweets favoris en cliquant sur le lien « Favoris » sur votre page de profil.

Fil d'actualité

Un fil d'actualité est un flux de tweets en temps réel. Par exemple, votre page d'accueil affiche tous les tweets partagés par vos ami-e-s et autres personnes que vous suivez.

Liste

Depuis votre propre compte, vous pouvez créer une liste d'autres utilisateurs-trices Twitter rassemblé-e-s par sujet ou par centre d'intérêt (par exemple : une liste d'amis, de collègues de travail, de célébrités ou de sportifs-ves). Les listes Twitter contiennent également un fil d'actualité des tweets des utilisateurs-trices spécifiques ajoutés à la liste, vous permettant ainsi de suivre les comptes individuels comme un groupe sur Twitter.

Message privé

Utilisez les messages privés pour avoir des conversations privées avec les personnes que vous suivez et qui vous suivent. Les messages sont limités à 140 caractères et peuvent contenir du texte, des hashtags, des liens, des photos et des vidéos.

Mentionner, mention

Le fait de mentionner d'autres utilisateurs-trices dans votre tweet à l'aide du signe @ placé devant leur nom d'utilisateur-trice s'appelle une mention. Désigne également les tweets où votre @nomdutilisateur apparaît.

Onglet notifications

Le fil Notifications affiche vos interactions avec d'autres utilisateurs Twitter, notamment les mentions, favoris, retweets et personnes qui vous suivent depuis peu. Vous pouvez demander à recevoir des notifications via SMS ou via les applications Twitter pour iPhone ou Twitter pour Android.

Profil

Votre profil affiche les informations que vous choisissez de partager publiquement, ainsi que l'ensemble des tweets que vous avez publiés. Votre profil et votre @nomdutilisateur vous identifient sur Twitter.

Photo d'en-tête

L'image personnelle que vous avez téléchargée et qui apparaît en haut de votre profil (taille idéale : 39,7 x 39,7).

Photo de profil

Votre image personnelle disponible dans l'onglet « Moi ». C'est également l'image qui s'affiche en regard de chacun de vos tweets (taille idéale : 10,5 x 10,5).

Répondre, réponse

Commenter un tweet. Un commentaire à un tweet d'un-e autre utilisateur-trice commençant par le @nomdutilisateur de la personne à qui vous répondez est appelée une réponse. Répondez en cliquant sur le bouton « Répondre » en regard du tweet concerné.

Retweet

Un tweet que vous transférez à vos abonné-e-s est appelé un retweet, il faut cliquer sur le bouton retweeter (sans le modifier). Cette option est souvent utilisée pour transmettre une nouvelle ou une découverte intéressante sur Twitter. Les retweets indiquent toujours la source d'origine.

Retweeter

Le fait de partager un tweet d'un-e autre utilisateur-trice avec l'ensemble de vos abonnées

Tweet

Un tweet peut contenir des photos, des vidéos, des liens et jusqu'à 140 caractères de texte. L'action d'envoyer un tweet. Les tweets s'affichent dans les fils d'actualité de Twitter ou sont intégrés à des sites Web ou à des blogs.

Se désabonner

Voir « Suivre ».

URL

Une URL (abréviation de « Uniform Resource Locator ») est une adresse Web pointant vers une page unique sur Internet.

Suggestions

Les suggestions sont une liste automatique de comptes recommandés qui pourraient vous intéresser, basée sur les types de comptes auxquels vous êtes déjà abonné-e et leurs abonnements.

Suivre ou s'abonner

S'abonner au compte Twitter d'une personne, association, marque etc. afin de recevoir ses publications

Tendances et Statistiques

Outils gratuits de twitter, qui permettent pour l'un de repérer les sujets les plus suivis du moment, pour l'autre de voir les caractéristiques de ses abonné-e-s.

TweetDeck

Application qui permet de gérer un ou plusieurs comptes twitter, donc pratique pour un groupe ou une association.