

Boîte à outils : Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux jouent un rôle essentiel dans les communications locales et nationales. Afin de vous aider et vous guider, voici quelques bonnes pratiques à mettre en place 

Choisissez le réseau social le plus adapté

Le public est différent sur chaque réseau :

- ❖ **Facebook** : grand public et grande communauté - cible clé du projet
- ❖ **Twitter** : adapté à l'actualité en direct et aux journalistes - compatible avec les événements
- ❖ **LinkedIn** : réseau professionnel - compatible avec les EBE

Soyez clair·e et concis·e : un post = un message

- ❖ Cela permet à votre communauté de bien identifier les infos, de partager celles qui l'intéresse / Cela vous permet de maximiser les occasions de poster.
- ❖ Écrivez avec simplicité : on s'adresse à un public qui ne connaît pas forcément le projet dans le détail.
Exemple : Éviter les acronymes (EBE, PPDE...)
- ❖ Gardez les mêmes codes couleurs et le même ton sur toutes vos publications, afin d'être en accord et en harmonie sur tous vos réseaux et avoir une identité reconnaissable.
- ❖ Mettez en avant les événements de votre territoire, vos différentes actions. Mais racontez aussi les coulisses, la vie de tous les jours, pour vous rapprocher de votre communauté.
Exemples : Faire des portraits de salarié·es, mettre en avant les travaux utiles et toute autre activité au sein du territoire, signature de contrat...

 Veillez à rester pertinent·e dans les contenus vidéos, humoristiques ou décalés. Le but est d'attirer l'attention du grand public sur le projet TZCLD et diffuser ce projet au plus grand nombre. Vous êtes une vitrine du projet.



Illustrez vos posts : utilisez des photos, des images, des vidéos

- ❖ Soignez votre profil en travaillant la photo de profil et la photo de couverture. Ce sont les premières images qui ressortent quand une personne visite votre profil. Mettez votre logo sur la page, cela contribue à votre identification. Mais évitez de mettre le logo TZCLD ou le logo ETCLD en photo de profil car cela induit une confusion entre votre compte et les comptes nationaux.
- ❖ Les formats photos et vidéos fonctionnent très bien : ils retiennent davantage l'attention que les posts avec seulement du texte. Il est donc essentiel d'illustrer ses actions par des visuels, mais il y a quelques précautions à prendre : attention aux droits d'auteur·trice, on ne prend pas des photos ou des illustrations sur internet sans autorisation. Vous pouvez faire vos propres photos ou vidéos, en veillant à bien recueillir le consentement des personnes qui apparaissent, ou trouver des images libres de droits sur des banques d'images, comme pixabay.com.
Exemples : Salarié·es de l'EBE sur leurs activités, portes ouvertes, animations pendant les événements nationaux comme la Grève du chômage...
- ❖ Pour faire des visuels facilement et gratuitement, [pensez à Canva](#). Les associations peuvent même bénéficier de la version premium gratuitement !
- ❖ [Retrouvez le kit communication de TZCLD](#) avec les logos, notre charte graphique et des visuels permettant d'illustrer vos publications.



Soyez régulier·e dans vos publications et générez de l'interaction

- ❖ L'interaction et la régularité vous aideront à créer et faire adhérer votre communauté, à savoir quels types d'info, quels sujets intéressent plus que d'autres.
- ❖ Mettez en place un planning de posts : être actif·ve facilite votre tâche de communication (vous avez de la visibilité sur ce qui arrive, vous pouvez anticiper, vous ôter les sujets de la tête en les mettant dans le planning). Cela favorise votre visibilité et les partages de votre communauté. Mieux vaut assurer une régularité de posts (1 ou 2 par semaine) que très actif·ve pendant une semaine puis inactif·ve pendant un mois.
- ❖ Animez votre communauté en interagissant avec elle, en répondant le plus possible aux commentaires, en posant une question, en sollicitant l'avis des gens, en mentionnant les comptes de vos partenaires...
- ❖ Attention aux personnes malveillantes, ne pas tomber dans leur piège :
 - 🔥 Ne pas s'énerver face aux commentaires négatifs mais essayer de trouver une réponse factuelle en restant poli·e et courtois·e, cela désarme généralement les "trolls".
 - 🔥 Si le commentaire est insultant, ne pas répondre, éventuellement effacer le commentaire et bloquer l'utilisateur·rice s'il ou elle récidive.

Donnez le l'écho à vos communications

- ❖ S'abonner aux différents comptes des associations locales et nationales (TZCLD et ETCLD) ainsi qu'aux médias locaux.



[@ZerochomeurLD](https://www.facebook.com/@ZerochomeurLD)



[@ZeroChomeurLD](https://www.x.com/@ZeroChomeurLD)



[Territoires zéro chômeur de
longue durée](https://www.linkedin.com/company/Territoires%20z%C3%A9ro%20ch%C3%AAmeur%20de%20longue%20dur%C3%A9e)

- ❖ Pendant les événements : utiliser les hashtags (#) proposés par l'équipe communication nationale afin d'être visibles et partagés sur les réseaux nationaux.
- ❖ Mettre à jour les bannières de vos différents réseaux pendant les événements nationaux et locaux.

★ Vous avez des questions ou besoin de précisions ? ★
contactez Juliane Rougemont,
chargée de communication à TZCLD
juliane.rougemont@tzcl.d.fr - 06 95 58 44 75