



GUIDE RAPIDE RÉSEAUX SOCIAUX

Conseils simples
pour partager votre service



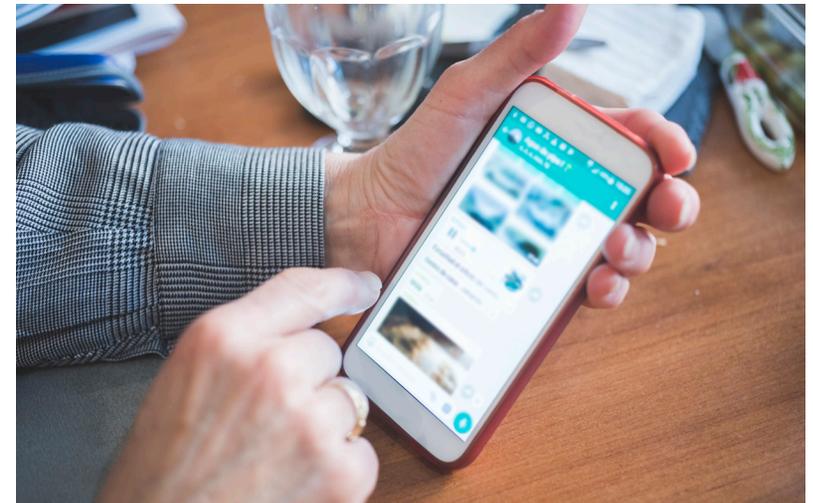
POURQUOI ?

Beaucoup de personnes se tournent aujourd'hui vers Facebook et Instagram pour en savoir plus sur des organisations et des marques. Les réseaux sociaux peuvent donc être utilisés pour faire connaître votre club. La création d'une chaîne ou d'une page pour votre club vous donne une visibilité sur des plateformes utilisées chaque jour par des milliards de personnes.

Quelles sont vos raisons ?

Définissez quels sont les objectifs de votre club dans l'utilisation des réseaux sociaux :

- Toucher un public plus large et développer les effectifs.
- Rester connecté, collaborer et organiser des activités de service.
- Augmenter la participation aux activités de service et événements.
- Établir des liens avec des partenaires, les commerces locaux, les écoles, le public.
- Augmenter le volume de dons.



QUI ?

De nombreux membres de votre club sont certainement compétents pour configurer et gérer vos comptes de réseaux sociaux :

- Président de commission Marketing et communications
- Président de commission Relations publiques
- Président de commission Technologie
- Un Lion ou un Leo à l'aise avec ces technologies

Une équipe

Mettez en place une équipe pour partager l'accès et les tâches.

- Accorder un accès aux comptes à plusieurs personnes dans le cas où le responsable ne puisse plus se connecter, publier, ou si il quitte le club.
- Avoir un compte de qualité sur les réseaux sociaux exige de s'occuper du développement, d'avoir des compétences en photographie/design, la connaissance des plans en matière de service et plus encore. Cela peut souvent être trop lourd pour une seule personne.
- Encourager les membres à prendre des photos lors de vos activités de service et évènements.



Définir votre public

Identifier et comprendre votre public afin de choisir la meilleure plateforme et vous concentrer sur du contenu pertinent pour eux.

- **Un compte de réseau social ouvert au public** sert de vitrine publique et pour le recrutement.
- **Un compte de réseau social interne**, comme un groupe sur Facebook ou sur WhatsApp, est privé et plus adapté aux opérations du club et à la coopération.

OÙ ?

Faire simple

Vous n'avez pas besoin d'être sur toutes les plateformes. À vouloir trop en faire en cherchant à toucher des publics qui en fait ne vous écoutent pas, vous risquez d'en demander trop à votre équipe, surtout si celle-ci est réduite. Concentrez-vous plutôt sur un ou deux médias que vous pouvez gérer efficacement et sur lesquels vous pourrez impliquer votre public.

VUE D'ENSEMBLE // LES PLUS CONNUS



Facebook

Avec **2,45 milliards d'utilisateurs actifs dans le monde**, Facebook reste **la plateforme sociale la plus utilisée**.

Les plus de 65 ans représentent le groupe d'utilisateurs en plus forte croissance alors qu'on observe une baisse chez les ados.

88 % des utilisateurs Facebook l'utilise pour **rester en contact avec les amis et la famille**.



Instagram

Instagram a 1 milliard d'utilisateurs actifs dans le monde dont plus de la moitié a **moins de 34 ans**.

90 % des utilisateurs suivent au moins une entreprise ou société. Les marques recevant les plus forts taux d'engagement incluent les universités, **les organisations à but non lucratif**, et les équipes sportives.

Les utilisateurs d'Instagram s'appuient surtout sur les recherches par hashtag pour trouver le contenu qui les intéresse. **Un message sur Instagram avec au moins un hashtag génère en moyenne 12,6 % d'engagement en plus** qu'un message sans.



Twitter

Twitter compte environ 330 millions d'utilisateurs actifs dans le monde dont 71 % qui utilisent la plateforme pour se tenir informés.

Les utilisateurs passent 4 % de temps en plus sur Twitter pendant un événement en direct.

Les tweets avec un hashtag ont 69 % de chance en plus d'être retweetés par rapport à un tweet ayant deux hashtags.

Twitter est surtout connu pour des messages courts limités à **280 caractères**.

OÙ ?

VUE D'ENSEMBLE // AUTRES

YouTube

L'incontournable pour du contenu vidéo

Publiez les vidéos du club : promotion, portraits de membres, activités de service, témoignages de bénéficiaires. Partagez des vidéos sur votre page Facebook et votre site web.

LinkedIn

Réseau social axé sur les professionnels et les entreprises. **Utiliser votre compte LinkedIn personnel pour parler de l'impact de votre club sur votre carrière et développement professionnel.**

TikTok

Plateforme de partage de courtes vidéos (15-60 secondes) avec options d'ajout de filtres, stickers et musique d'arrière-plan. Plutôt utilisé par les moins de 30 ans. **Utilisez votre profil personnel pour publier des vidéos de vos activités de service avec le hashtag #lionsclub.**



Applications de messagerie pour mobile

WhatsApp, WeChat (Chine), Line (Japon), et KakaoTalk (Asie) permettent des discussions privées ou en groupe. **Utilisez ces applications de messagerie pour créer des groupes de conversation au sein du club.**



Meilleures pratiques // Facebook

Créer **un profil** pour votre utilisation personnelle et partager les activités Lions avec votre réseau. Créer **une page** pour votre club pour promouvoir l'action locale de votre club et créer **un groupe** réservé à la communication interne entre membres du club.

Des vidéos en direct sont faciles à mettre en ligne et un excellent moyen de mettre en vitrine le travail de votre club.

Utiliser l'outil **Évènements** pour promouvoir les activités de votre club et inviter amis et le public. Inclure des mots-clés spécifiques pour que votre événement apparaisse souvent dans les recherches sur Facebook.

The screenshot shows the Facebook profile for Lions Clubs International. The profile picture is the Lions Clubs International logo. The cover photo features the text "WE BRING HOPE WHERE IT" over a background of a city. Below the cover photo are navigation buttons for Like, Follow, Share, and a Sign Up button. The main content area includes a video titled "Teaching Nutrition to Students in Uruguay | Lions Build...". The right sidebar displays community statistics: 546,315 likes, 550,492 followers, and 20,753 check-ins. The 'About' section lists contact information: (630) 571-8466, www.lionsclubs.org, and operating hours from 7:30 AM to 5:00 PM. The 'Past Events' section lists several events, including "2020 Lions Day with the United Nations in New York" and "102nd Lions International Convention - Milano".

Meilleures pratiques // Instagram

Tout message sur Instagram doit inclure une photo/image. **Exemples de photos** : Lions en action, groupes de membres et de bénéficiaires. Chaque message doit inclure une légende décrivant la photo.

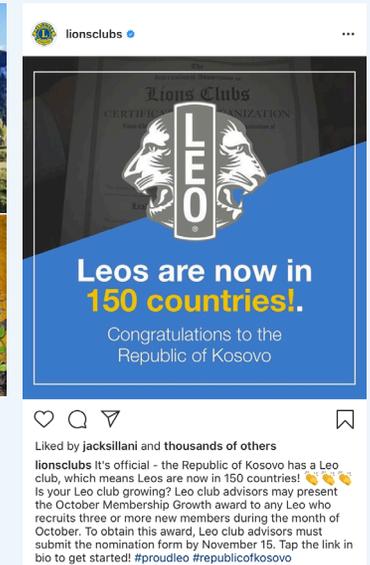


ASTUCE

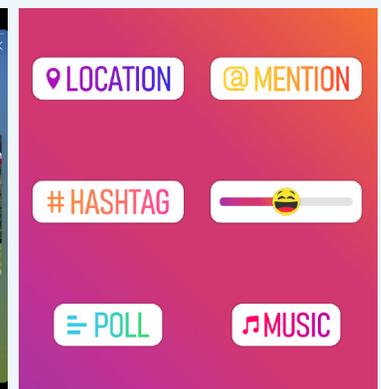
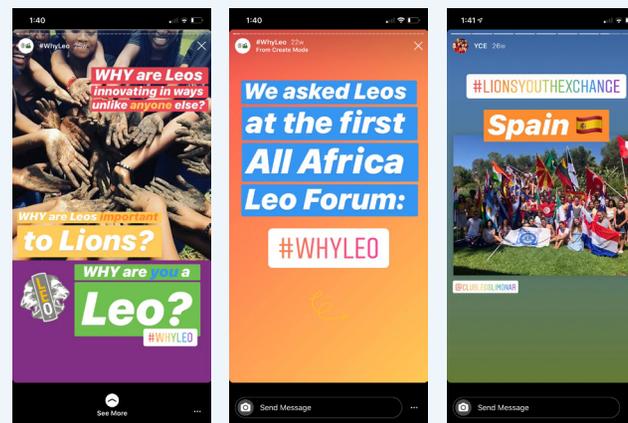
Ajoutez des hashtags pour toucher un public plus large.

En plus des hashtags Lions comme **#lionsclub** et **#weserve**, créer un hashtag spécial pour votre club (ex : **#parisclubdoyendefrance**) et utiliser le hashtag local (**#paris**) et le hashtag global (**#servicelocal**).

Utiliser **Instagram Stories** pour partager des vidéos courtes et mettre en avant vos activités de service. Mettez-les en valeur avec des GIF, des stickers, Boomerang, des filtres et plus encore.



lionsclubs Happy World Kindness Day! 🌍 🦁 ❤️
 #worldkindnessday #weserve #lionsclub #kindnessmatters



Meilleures pratiques // Twitter



ASTUCE

Pour une implication forte, tweetez au moins une fois par jour.

Mentionnez avec @ les partenaires, organisations, entreprises et leaders locaux impliqués dans vos actions de service.

Tirez parti des événements locaux et mondiaux en rejoignant la conversation en utilisant leurs **hashtags** (ex : utiliser #LCIcon pendant la Convention du Lions Clubs International pour indiquer à votre public que vous participez, et publier des photos de votre expérience).



Lions Clubs @lionsclubs

Lions Clubs International & Lions Clubs International Foundation - The global leaders in community service. #LionsClub #WeServe #KindnessMatters

Oak Brook, IL Joined January 2009

3,196 Following 52.1K Followers



Lions Clubs @lionsclubs · Feb 19

Since 2009, Lions have partnered with @GiftofMobility to deliver more than 4,000 hand-cranked, three-wheeled mobility carts for those who lack mobility due to injury, birth defects, amputation, polio, and other causes.

bit.ly/39M8JhK



Lions Clubs @lionsclubs · Mar 8

"As a woman I want to impact as many women as I can. The support of Lions has given me the ability to walk farther and in any way I can. It's making me do more than I was doing before." Women are changing Lions! bit.ly/3aD2HQD #InternationalWomensDay ♀ #WomensDay ♀



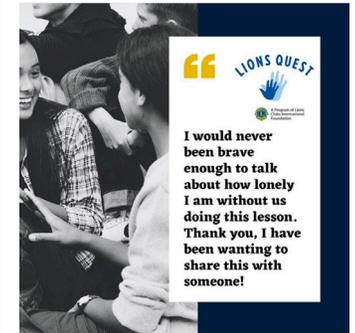
1 16 38

QUOI ?

Les réseaux sociaux sont utilisés pour rester connecté à la famille, aux marques ou aux organisations. Votre contenu doit parler d'histoires pertinentes pour votre public.



PHOTOS : Les photos les plus pertinentes racontent une histoire - candides, Lions en action, impact, sourires.



GRAPHISMES : Utilisez des outils comme Canva pour créer des graphismes pour promouvoir votre événement. Mixez texte et photos pour attirer l'attention.



VIDÉOS : Faites des vidéos de vos événements et activités de service, de messages à votre public, d'entretiens avec des bénéficiaires et des Lions.



TEXTE : Posez des questions pour faire participer votre public.



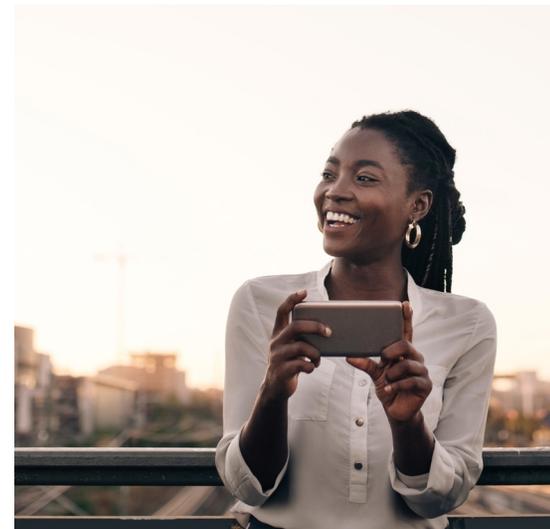
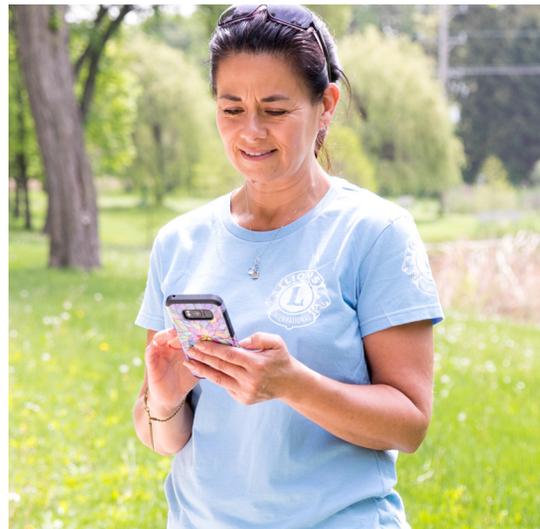
HISTOIRES : Votre public établira un lien avec votre cause quand il ressent qu'elle le concerne. Des récits de bénéficiaires ou de membres du club mettent en lumière l'impact de l'action de votre club sur des individus ou des familles au plan local.

QUOI ?

Impliquer

En plus de la publication de contenu, utilisez les réseaux sociaux pour impliquer votre public :

- **Porter attention aux commentaires et aux messages directs.** C'est une chance de pouvoir répondre aux questions, de renvoyer vers des programmes Lions ou des pages du site web, de créer de nouvelles relations et de recruter des membres.
- **Aimer et partager les commentaires.** Partager sur vos comptes le contenu publié sur les comptes de réseaux sociaux d'autres organisations, de partenaires, d'entreprises ou de Lions.

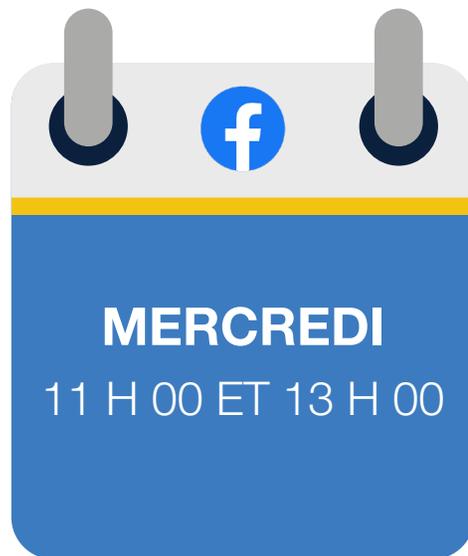


QUAND ?

L'idéal est de publier tous les jours. Si ce n'est pas possible (manque de ressources ou de contenu), cherchez à publier de manière régulière. Rester présent et impliquer est essentiel. Les réseaux sociaux sont des outils destinés à établir des connexions. Commentez, répondez, explorez, découvrez et sensibilisez.

Meilleurs moments pour publier votre contenu

Utilisez les outils d'analyse de données disponibles sur chaque plateforme pour déterminer à quel moment votre public est le plus impliqué. En général, les créneaux suivants sont plus favorables.



COMMENT ?

Pour se lancer

- ▶ [Pages d'aide Facebook](#)
- ▶ [Pages d'aide Instagram](#)
- ▶ [Pages d'aide Twitter](#)

Outils

PLANIFIER ET PROGRAMMER

- ▶ [Hootsuite](#)
- ▶ [Buffer \(en anglais\)](#)
- ▶ [Later](#)

DESIGN

- ▶ [Canva \(en anglais\)](#)
- ▶ [Venngage](#)



COMMENT ?



Rejoindre la communauté SMiLE en ligne !

SMiLE (Social Media including Lions Everywhere [réseaux sociaux liant les Lions du monde entier]) est un groupe international de Lions dont l'objectif est d'aider les Lions, les clubs, les districts/DM à utiliser les réseaux sociaux en proposant des ressources en ligne et des formations.

- ▶ [SMiLE sur lionsclubs.org](https://lionsclubs.org)
- ▶ [Groupe Facebook SMiLE](#)



Lions Clubs International

Service Communications stratégiques

Tél. : +1 630 468 6817

Fax : +1 630 571 1685

pr@lionsclubs.org