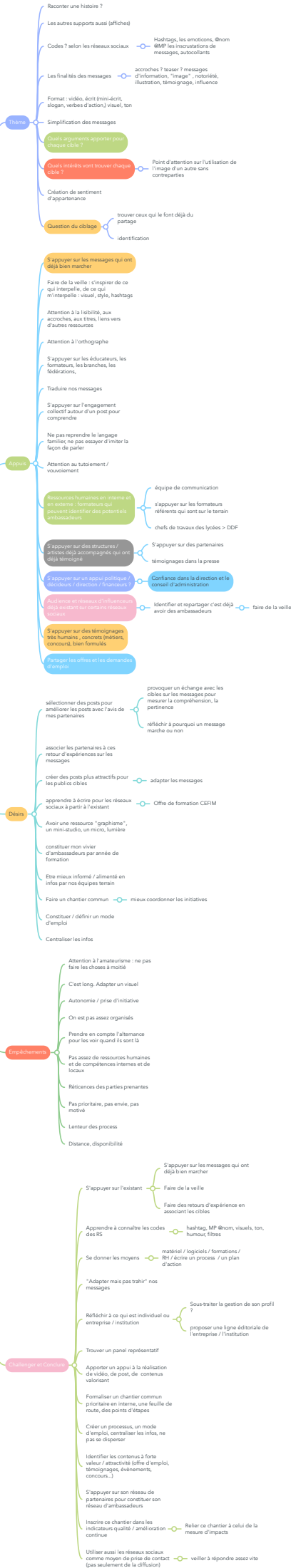


# Comment vulgariser / adapter nos messages sur les réseaux sociaux ?



# Comment vulgariser / adapter nos messages sur les réseaux sociaux ?

## 1. Thème

1.1. Raconter une histoire ?

1.2. Les autres supports aussi (affiches)

1.3. Codes ? selon les réseaux sociaux

1.3.1. Hashtags, les emoticons, @nom @MP les inscrustations de messages, autocollants

1.4. Les finalités des messages

1.4.1. accroches ? teaser ? messages d'information, "image", notoriété, illustration, témoignage, influence

1.5. Format : vidéo, écrit (mini-écrit, slogan, verbes d'action,) visuel, ton

1.6. Simplification des messages

1.7. Quels arguments apporter pour chaque cible ?

1.8. Quels intérêts vont trouver chaque cible ?

1.8.1. Point d'attention sur l'utilisation de l'image d'un autre sans contreparties

1.9. Création de sentiment d'appartenance

1.10. Question du ciblage

1.10.1. trouver ceux qui le font déjà du partage

1.10.2. identification

## 2. Appuis

2.1. S'appuyer sur les messages qui ont déjà bien marché

2.2. Faire de la veille : s'inspirer de ce qui interpelle, de ce qui m'interpelle : visuel, style, hashtags

2.3. Attention à la lisibilité, aux accroches, aux titres, liens vers d'autres ressources

2.4. Attention à l'orthographe

2.5. S'appuyer sur les éducateurs, les formateurs, les branches, les fédérations,

2.6. Traduire nos messages

2.7. S'appuyer sur l'engagement collectif autour d'un post pour comprendre

2.8. Ne pas reprendre le langage familier, ne pas essayer d'imiter la façon de parler

2.9. Attention au tutoiement / vouvoiement

2.10. Ressources humaines en interne et en externe : formateurs qui peuvent identifier des potentiels ambassadeurs

2.10.1. équipe de communication

2.10.2. s'appuyer sur les formateurs référents qui sont sur le terrain

2.10.3. chefs de travaux des lycées > DDF

2.11. S'appuyer sur des structures / artistes déjà accompagnés qui ont déjà témoigné

2.11.1. S'appuyer sur des partenaires

2.11.2. témoignages dans la presse

2.12. S'appuyer sur un appui politique / décideurs / direction / financeurs ?

2.12.1. Confiance dans la direction et le conseil d'administration

2.13. Audience et réseaux d'influenceurs déjà existant sur certains réseaux sociaux

2.13.1. Identifier et repartager c'est déjà avoir des ambassadeurs

2.13.1.1. faire de la veille

2.14. S'appuyer sur des témoignages très humains , concrets (métiers, concours), bien formulés

2.15. Partager les offres et les demandes d'emploi

### **3. Désirs**

3.1. sélectionner des posts pour améliorer les posts avec l'avis de mes partenaires

3.1.1. provoquer un échange avec les cibles sur les messages pour mesurer la compréhension, la pertinence

3.1.2. réfléchir à pourquoi un message marche ou non

3.2. associer les partenaires à ces retour d'expériences sur les messages

3.3. créer des posts plus attractifs pour les publics cibles

3.3.1. adapter les messages

3.4. apprendre à écrire pour les réseaux sociaux à partir à l'existant

3.4.1. Offre de formation CEFIM

3.5. Avoir une ressource "graphisme", un mini-studio, un micro, lumière

3.6. constituer mon vivier d'ambassadeurs par année de formation

3.7. Etre mieux informé / alimenté en infos par nos équipes terrain

3.8. Faire un chantier commun

3.8.1. mieux coordonner les initiatives

3.9. Constituer / définir un mode d'emploi

3.10. Centraliser les infos

### **4. Empêchements**

4.1. Attention à l'amateurisme : ne pas faire les choses à moitié

4.2. C'est long. Adapter un visuel

4.3. Autonomie / prise d'initiative

4.4. On est pas assez organisés

4.5. Prendre en compte l'alternance pour les voir quand ils sont là

4.6. Pas assez de ressources humaines et de compétences internes et de locaux

4.7. Réticences des parties prenantes

4.8. Pas prioritaire, pas envie, pas motivé

4.9. Lenteur des process

4.10. Distance, disponibilité

## **5. Challenger et Conclure**

5.1. S'appuyer sur l'existant

5.1.1. S'appuyer sur les messages qui ont déjà bien marcher

5.1.2. Faire de la veille

5.1.3. Faire des retours d'expérience en associant les cibles

5.2. Apprendre à connaître les codes des RS

5.2.1. hashtag, MP @nom, visuels, ton, humour, filtres

5.3. Se donner les moyens

5.3.1. matériel / logiciels / formations / RH / écrire un process / un plan d'action

5.4. "Adapter mais pas trahir" nos messages

5.5. Réfléchir à ce qui est individuel ou entreprise / institution

5.5.1. Sous-traiter la gestion de son profil ?

5.5.2. proposer une ligne éditoriale de l'entreprise / l'institution

5.6. Trouver un panel représentatif

5.7. Apporter un appui à la réalisation de vidéo, de post, de contenus valorisant

5.8. Formaliser un chantier commun prioritaire en interne, une feuille de route, des points d'étapes

5.9. Créer un processus, un mode d'emploi, centraliser les infos, ne pas se disperser

5.10. Identifier les contenus à forte valeur / attractivité (offre d'emploi, témoignages, évènements, concours...)

5.11. S'appuyer sur son réseau de partenaires pour constituer son réseau d'ambassadeurs

5.12. Inscrire ce chantier dans les indicateurs qualité / amélioration continue

5.12.1. Relier ce chantier à celui de la mesure d'impacts

5.13. Utiliser aussi les réseaux sociaux comme moyen de prise de contact (pas seulement de la diffusion)

5.13.1. veiller à répondre assez vite