



COMMUNICANTS EN ÉGLISE



Elaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux, et en particulier sur Twitter, Facebook et Instagram, en lien avec les autres supports digitaux..

1. Panorama des réseaux sociaux



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Les caractéristiques des médias sociaux

- **Universalité** -> Avec son compte, un évêque ne touche plus que son diocèse mais, potentiellement, toute la France.
Conséquence : poids de sa prise de parole
- **Mobilité** -> On peut consulter et publier de n'importe où. L'outil de prédilection étant le smartphone.
Conséquence : les internautes ne sont pas à 100 % captifs, ils font autre chose en même temps, ils ne reviendront pas plusieurs fois (=> sous-titrer les vidéos, avoir des visuels attractifs)
- **Multiplicité** des infos, multiplicité des réseaux, multiplicité des contacts, ...
Conséquence : rester souple pour rester cohérent et publier au bon moment
- **Horizontalité** -> le partage de l'information ne se fait plus du haut vers le bas.
Conséquence : rester clair, remettre du contexte pour être partagé et repris



1. Panorama des réseaux sociaux

Quelques chiffres en France pour 2021 (source : © We Are Social / Hootsuite)

- 49,6 millions d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux, soit 75,9 % de la population,
- 96,1 % des utilisateurs actifs des réseaux sociaux s'y connectent depuis un mobile,
- 5h37 de temps passé en moyenne sur Internet, 2h17 depuis un mobile
- En France: 1h41 de connexion par jour sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU), 2021



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Avril 2021 . Audience Internet Global – France. Evolution / octobre 2020 – Zoom / mars 2020– base 2 ans et plus – Agrégat ad hoc. Sous cat. Blogs/sites communautaires, messageries instantanées, Zoom (B)



#Datamind www.digimind.com

2. Focus sur les principaux réseaux sociaux



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Facebook est le plus large réseau social au monde.

Devenu pour beaucoup une porte d'entrée sur le web, Facebook permet de découvrir de nouveaux contenus, de suivre la vie de vos proches, de chatter et de partager photos et vidéos auprès de vos amis et de vos proches. Facebook propose également des solutions efficaces pour aider les entreprises à toucher leurs clients.



2. Focus sur les principaux réseaux sociaux



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Twitter permet de suivre librement n'importe quel utilisateur (ami, marque, personnalité) et de partager des messages courts limités à 280 caractères. Entreprises, marques, médias, journalistes et créateurs s'en servent également comme d'un outil de promotion ou d'influences, faire de la veille ou de la curation de contenu.

Média de l'instant : un message en chasse un autre. Faire vivre l'instant au moment où il se déroule (Live tweet)
Durée de vie très courte.
Conséquence : poster au bon moment et plusieurs fois dans la journée !



2. Focus sur les principaux réseaux sociaux

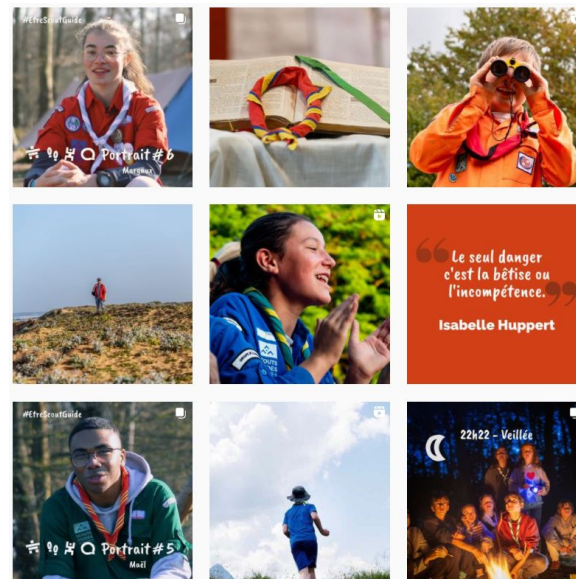


COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Instagram est une application mobile de photo et vidéo permettant de retoucher en quelques secondes clichés grâce à des filtres puis de les partager avec ses amis.

Stories : contenus courts (15 secondes) éphémères qui permettent de mettre de l'interaction, du direct, d'assister aux coulisses, etc.

Reels : vidéos courtes entre 5 à 60 secondes. Comme la fonctionnalité est nouvelle, l'utiliser vous permettra de gagner en visibilité



2. Focus sur les principaux réseaux sociaux



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

YouTube est tout simplement la plus grande plateforme pour regarder et partager vos vidéos en ligne. C'est un média à part entière.

Les fonctionnalités sont de plus en plus détaillées (vidéos courtes, posts, lives, stories, etc.).



3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Privilégiez le contenu visuel

Photo, citation illustrée, ou encore infographie, ... les visuels sont particulièrement remarqués et appréciés sur les réseaux sociaux. La grande popularité d'instagram ces dernières années en est la preuve. Gardez une cohérence visuelle respectant votre charte graphique afin d'être reconnu au 1er coup d'oeil



Église Catholique en France

Publié par Hootsuite · 11 septembre, 08:00 ·

Dimanche 12 septembre à partir de 11h30, le pape François célèbre la messe de clôture du 52ème Congrès eucharistique international, un rassemblement pour approfondir la connaissance et l'adoration de l'Eucharistie.

Il rendra ensuite en Slovaquie, où il rencontrera les autorités, le Premier ministre, la communauté juive, la communauté rom, les jeunes. Il se recueillera au Sanctuaire de Šaštín.

Le programme ➡ <https://bit.ly/2Xdvt9E>



3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Usez et abusez de la vidéo

La vidéo est le format est celui qui génère le plus grand taux d'engagement et donc par effet domino, celui qui a le plus de portée.

Un contenu filmé a 2 fois plus de chance d'être partagé sur les réseaux sociaux qu'un autre type de contenu. Plus votre publication donne lieu à de l'échange, du partage et des réactions, plus il sera visible et plus il aura de retombées.



3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Interagissez et impliquez les followers

Il faut parler de son actualité mais aussi de ce qui intéresse et touche les followers.

Exemples : poser des questions, faire des retours sur les évènements, répondre aux remarques, leur faire devenir un nouveau projet/événement que vous allez lancer...

3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

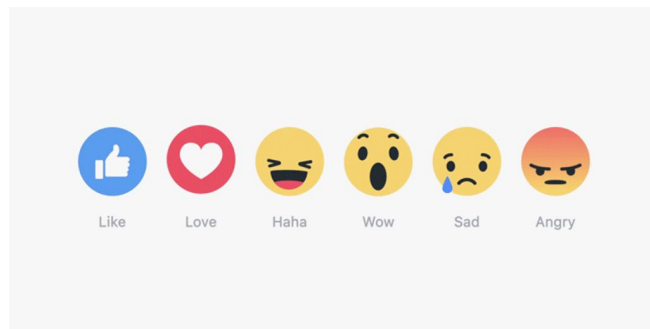
Suscitez

l'émotion

Ce n'est pas par hasard si la batterie de réactions de Facebook tourne autour des humeurs.

Le cœur de l'engagement social se joue au niveau des émotions instantanées.

La joie d'aimer, de rire ou le plaisir de partager son indignation ou sa colère.



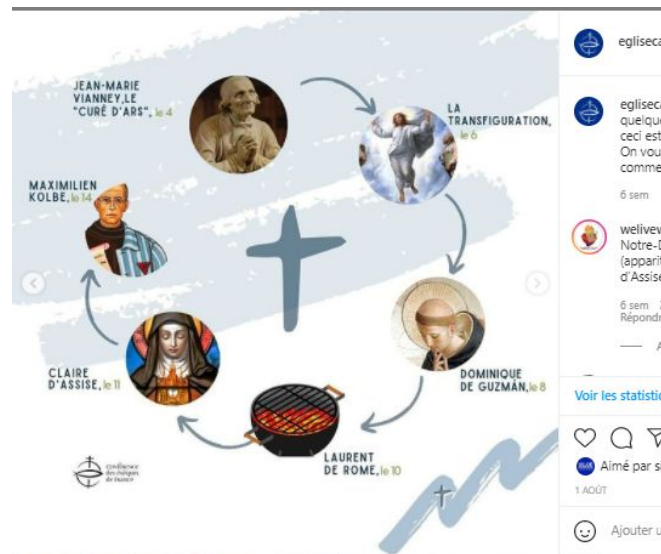
3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Créer du contenu pédagogique et infographique

Apporter quelque chose en plus, un contenu à haute valeur informative



3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

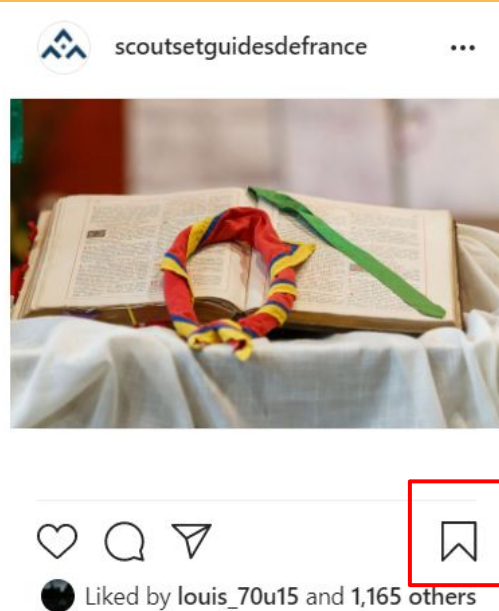


3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Preuve : la fonctionnalité “sauvegarder” sur Facebook et Instagram sont très mises en avant par les plateformes.
Les publications sauvegardées ou partagées seront mises en avant par l'application.



Publier au bon moment

- Édition 2021

3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Appuyez-vous sur des « ambassadeurs »

En marketing, 49% des consommateurs s'appuient sur les recommandations des influenceurs.

A votre échelle, il peut s'agir de vos adhérents, bénévoles, partenaires, etc.

3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Adaptez votre contenu à chaque réseau social

Ceux qui vous suivent sur Facebook ne sont probablement pas les même que ceux qui vous suivent sur Instagram ou sur Twitter. Vous devez donc mieux identifier leurs profils et adapter votre vocabulaire et votre ton en fonction du réseau social, et des socionautes auxquels vous vous adressez.

Par exemple : sur Twitter et Instagram les hashtags sont plus importants que sur Facebook.

Et adapter les formats (photo, vidéo, texte, visuel...) !

3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Faire de la veille sur les tendances

Les algorithmes et les fonctionnalités changent en permanence pour entretenir notre attrait aux médias sociaux, la plupart des infos que nous vous donnons aujourd'hui seront datées dans quelques temps !

Abonnez-vous à la newsletter très complète du média “[Le Blog des Modérateurs](#)”

3. Conseils et bonnes pratiques



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Conseils pour gérer les réactions négatives

A FAIRE

- 1- Écouter et réparer les erreurs. Écoutez ce que la personne veut dire. Ensuite, si vous avez fait une erreur, corrigez-la. Votre réponse ne doit pas s'adresser à un individu, mais à votre communauté.
- 2- Ignorer
- 3- Répondre avec des faits (corrigez les informations erronées, avant que la rumeur ne devienne hors de contrôle).
- 4- Bloquer ou interdire, lorsque c'est nécessaire
- 5- Créer votre propre réponse

A NE PAS FAIRE

- 1- Les laisser nuire à votre diocèse, à un évêque ou à votre association
- 2- Répondre sur la défensive
- 3- Supprimer leurs messages. Supprimer la publication d'un troll peut l'encourager

4. Définir et mettre en œuvre une stratégie éditoriale



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

La ligne éditoriale représente l'ensemble des choix et décisions que fait un comité de rédaction, un directeur de publication, ... pour se conformer à une ligne morale ou éthique définie.

4. Définir et mettre en œuvre une stratégie éditoriale



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

Se poser les bonnes questions

- De quoi je peux (et veux) parler ?
- Qui parle ? Le diocèse, l'évêque ? L'association, son président ?
- Quelle cible je veux atteindre (par ordre de priorité) ? paroissiens, prêtres, journalistes, adhérents, partenaires ?
- Comment je veux être perçu par cette cible et de quoi a-t-elle besoin ?
- Est-ce que cela est en adéquation avec ce que propose mon institution ?
- Quels objectifs : présence pour occuper l'espace ? trafic vers mon site ? animation d'un réseau ? notoriété ?

4. Quelques outils pour publier



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

- Programmer des posts : Hootsuite, Tweetdeck, Creator Studio
- Créer des visuels au bon format : Canva (accès premium si vous êtes une association)
- Générateur de liens à mettre en bio Instagram : Link.tree
- Bases de données photo libre de droits : Unsplash, Pexels, Pixabay,
- Pour les pictogrammes : Freepix, Favicon
- Pour supprimer l'arrière-plan d'une image : Remove.bg

5. Droit à l'image



COMMUNICANTS EN ÉGLISE

- Si vous n'utilisez pas de photos libres de droit, assurez-vous que les personnes qui figurent sur vos photos/visuels aient donné leur accord.
- A défaut, les photos de groupes où l'on ne distingue pas les personnes sont tolérées.
- Se rapprocher de votre service juridique ou consulter le site de la CNIL, rubrique "Conformité RGPD"