

Sociaux ?



c'est-à-dire soigner sa conception et ses aspects techniques. Il faudra aussi prévoir la rédaction de manière que les moteurs de recherche puissent facilement l'indexer afin qu'il apparaisse dans les résultats de recherche. Attention, ce sont des compétences qui ne s'improvisent pas.

Si l'on veut transmettre des informations fiables, pérennes et une image professionnelle, on choisira le site, idéal pour y présenter les statuts et la mission de l'association, les membres, les activités, une galerie d'images de qualité, etc.

En revanche, les réseaux sociaux permettent de donner aisément une image active, dynamique et authentique de l'association, notamment en montrant les coulisses. Actuellement, les publications spontanées, peu travaillées, sont très appréciées par les utilisateurs qui l'interprètent comme une démarche sincère et proche d'eux. C'est donc une aubaine dont on aurait tort de ne pas profiter ! De plus, les réseaux sociaux donnent la possibilité (et spécifiquement Facebook et LinkedIn) de faire la promotion d'événements

en ligne ou en présentiel, ce qui est très pratique et peut se révéler très efficace. Enfin, les réseaux sociaux, bien plus que les sites, permettent de fédérer une communauté autour de discussions, de centres d'intérêt. Ils proposent des outils permettant non seulement l'interactivité, mais aussi la propagation d'informations (le fameux effet boule de neige) voire l'agrandissement de l'audience. En quête de visibilité et de notoriété, l'association aura intérêt à les utiliser !

L'organisation

Comment est organisée la communication de l'association ? Une seule personne en est-elle responsable ou bien cette mission est-elle répartie sur plusieurs têtes ? Car la gestion d'un ou plusieurs réseaux sociaux peut en effet facilement être déléguée à plusieurs personnes. Facebook dispose d'une fonction « rôles de la page » qui permet d'attribuer des droits partiels. On pourra donc très bien attribuer à une personne le rôle d'administrateur, à quelqu'un d'autre, le simple rôle d'édi-

teur, et même confier à l'un des bénévoles la possibilité de relater en direct un événement (avec une publication vidéo). Sur un site internet, dans la mesure où la gestion est sensiblement plus technique, il vaut mieux ne pas donner les codes d'accès à trop de personnes différentes. Quelle que soit la solution choisie, ne pas oublier qu'il vaut mieux confier les codes d'accès à deux personnes : si l'une d'elles est défaillante ou quitte l'association pour une raison ou une autre, la deuxième pourra assurer la continuité.

Sophia Huynh-Quan-Chiêu,
consultante en communication

QUEL RÉSEAU SOCIAL CHOISIR ?

Voici quelques indications très schématiques pour choisir le réseau social qui conviendra le mieux. Facebook est le plus connu et le plus diffusé, avec une audience qui tend à vieillir. Néanmoins, il reste toujours une référence pour les groupes (qui permettent de générer des discussions autour d'un sujet spécifique) et pour les événements. Instagram est très facile et amusant à utiliser. Son audience s'élargit de jour en jour. Il est idéal pour montrer le quotidien de l'association, notamment grâce aux stories. TikTok prend également de l'ampleur et est axé à 100 % sur le format vidéo très court. C'est un réseau dynamique et pour l'instant encore majoritairement utilisé par les jeunes. Youtube reste leader sur la diffusion de vidéos de longue durée, mais est plus intéressant s'il est utilisé en complément des autres réseaux. Enfin, LinkedIn n'est pas à négliger en tant que réseau professionnel, car bien souvent, les bénévoles, bénéficiaires, donateurs, membres peuvent se cacher parmi ces travailleurs.