



ATELIER COMMUNICATION – LES BONNES PRATIQUES SUR FACEBOOK

1/ POURQUOI CRÉER UN GROUPE ?

Un groupe Facebook permet de :

- Fédérer une communauté de membres et favoriser les échanges,
- Connaître toujours mieux les envies et besoins de vos abonnés,
- Vous donner une meilleure visibilité et une meilleure portée. La portée, c'est le nombre de personnes atteint par vos publications. Dans un groupe, votre publication sera davantage vue par les membres car ils reçoivent une notification à chaque publication dans le groupe, contrairement à une page !
- Vous avez une audience qualifiée. Les groupes Facebook fermés permettent de garder la main sur les conversations au sein de ce groupe. Une audience qualifiée est précieuse, pour lui communiquer des informations en avant-première ou pour vous suggérer des idées.



2/ JOUER LE JEU DE L'ALGORITHME

- Le nombre de membres ne permet pas à lui seul de mesurer le succès de votre groupe
- Pour maximiser l'exposition, il faut obtenir le meilleur taux d'interaction possible : (likes + commentaires + partages obtenus sur une période donnée) / nombre moyen de membres à cette période
- La qualité des contenus et leur capacité à générer de l'interaction sont donc des facteurs clés de succès pour votre groupe



3/ LES CONTENUS QUI MARCHENT

- Les contenus publiés sur votre groupe doivent être « exclusifs », c'est-à-dire ne pas être disponibles ailleurs
- Les posts illustrés fonctionnent mieux que ceux qui ne contiennent que du texte
- Plus les posts sont longs, moins ils sont lus : ne pas dépasser 4 lignes, sauf exception
- Pour favoriser l'interaction, n'hésitez pas à vous adresser directement aux membres et avec des questions
- Des idées de contenus faciles à produire:
 - Une ou plusieurs photo(s) d'un événement
 - Un chiffre (nombre de jeunes supplémentaires sur le territoire, nombre de journée de formation, de départs compas...)
 - Une question
 - Ne pas hésiter à souhaiter les fêtes et saluer les événements
 - Parler de la progression du nombre de membres
 - Varier les formes de contenus



4/ LE RYTHME DE PUBLICATION

- La clé n°1 : la régularité
 - Rein ne sert d'avoir un groupe si vous ne publiez rien durant 15 jours
- La clé n°2: les rendez-vous
 - Pour fidéliser vos membres, vous pouvez les habituer à retrouver un jour précis de la semaine tel ou tel type de contenu ou d'information
- La clé n°3: les heures de publication
 - Préférez le soir et le week-end



5/ LA MODÉRATION ET L'INTERACTION

- Modération : ne pas laisser passer les dérapages
 - Vérifier régulièrement ce que les membres publient sur votre groupe
 - En cas de commentaires abusifs, vous pouvez masquer ou supprimer le contenu et envoyer un message à la personne pour lui expliquer.
 - Pensez également à une charte de contribution dans l'onglet « à propos »
- Interaction : entretenez le lien
 - Répondez aux messages des membres, à leur commentaires et à leur posts
 - Plus vous entretenez un dialogue, plus vous renforcerez le lien avec eux et la visibilité de vos contenus pour les autres

6/ QUI S'OCCUPE DU GROUPE ET COMMENT?

Les qualités recherchées chez un animateur de réseaux sociaux :

- 1 ou 2 personnes maximum en charge de la page (animation, réponse aux commentaires, etc.)
- Écrire de façon impeccable
- Savoir adapter le style selon la ligne éditoriale convenue
- Posséder un bon sens de l'organisation dans la planification des publications
- Faire preuve de rigueur quant au rythme des échanges avec les membres