

COMMENT OPTIMISER LA GESTION DE VOS RÉSEAUX SOCIAUX ?

Guide 2023

03. LES RÉSEAUX SOCIAUX

12. FACEBOOK

21. INSTAGRAM

26. LINKEDIN

30. TIKTOK

33. RECOMMANDATIONS

35. CONTACTS

LES RÉSEAUX SOCIAUX



**Utilisateurs des Réseaux Sociaux
en 2022 en France**



Gagner en visibilité



Promouvoir votre image



Améliorer votre notoriété et attirer l'attention



Créer un lien direct avec vos abonnés



Fidéliser votre audience

En France, Facebook, Instagram et LinkedIn comptent le plus grand nombre d'utilisateurs.



Cible : Les plus de 25-50 ans

- Ce réseau permet de communiquer vers les parents et les adultes.
- Il est idéal pour partager vos différents services : cours, stages, compétitions...



Cible : Les 13-30 ans

- Idéal pour mettre en avant l'image du sport grâce à des formats tels que des photos, stories.
- Il permet d'interagir avec vos internautes en direct, de créer du contact.
- De donner l'envie de faire du Handball.



Cibles : Les partenaires ou population active entre 20-60 ans

- Idéal pour promouvoir des activités annexes et les mettre en valeur
- Pour vos recrutements
- Pour mettre en avant les actualités du club extra-sportive
- Mise en avant et valorisation des partenariats commerciaux
- Recherche et fidélisation de vos contacts



Cible : Population jeune entre 13-30 ans

- Idéal pour proposer du contenu court et divertissant
- Pour vos vidéos

Soyez utile et précis

Rédigez du contenu impactant et simple

Soyez direct

Une phrase = 1 idée
(rédigée en 12 à 25 mots)

Créez de l'émotion positive

Donnez l'envie de pratiquer le handball

Appelez à l'action

Finissez votre contenu par une question.
(Ex: Le saviez-vous ?)

La méthode **AIDA** : **A**ccroche, **I**ntérêt, **D**ésir, **A**ction

Accroche



Intérêt



Action



Désir



FACEBOOK

7h, 15h15 et 19h
Le lundi, mercredi
et vendredi

LINKEDIN

9h, 10h et 12h
Le mardi, mercredi
et jeudi

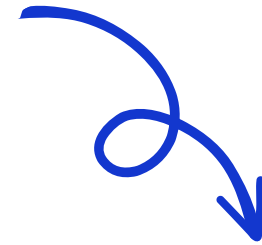
INSTAGRAM

9h, 9h30 et 20h
Le mardi, mercredi
et vendredi

TIKTOK

Tous les jours

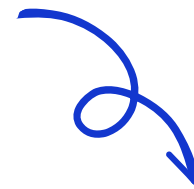
Pour mettre en place une bonne stratégie de communication web, il est indispensable d'avoir un calendrier éditorial !



- Il permet de de fixer vos objectifs (SMART) et votre ligne éditoriale (C'est l'ensemble des règles instaurées pour garantir sur le long terme une harmonie dans les contenus)
- D'assurer la qualité et la cohérence de votre contenu.
- D'organiser efficacement son emploi du temps et d'augmenter votre productivité.

Comment créer son calendrier éditorial ?

Il existe plusieurs outils gratuits tels que:



Google Agenda

- Il est possible d'ajouter des couleurs pour chaque tâche/utilisateur.
- Il est possible de faire du travail collaboratif. (ex: créer un événement par sujet, donner une date de création...)

Trello

- Il permet de créer une ligne du temps et d'assigner des tâches aux utilisateurs.
- On peut y mettre des photos et des indications claires.
- Il donne une bonne vision d'ensemble du flow de production.

FACEBOOK

Rappel : Cible : 25 - 50 ans

Facebook c'est 26,9 millions de visiteurs unique par jour en 2022 en France.

Source : <https://blog.digimind.com/fr/agences/facebook-chiffres-essentiels>

Il est préférable d'utiliser ce réseau pour :

- Afficher les résultats des matchs.
- Proposer des évènements ou des jeux concours pour générer plus d'engagements (ex : stages, tournois, fêtes du clubs...)
- Renseigner toutes les informations de votre club (numéro de téléphone, mail, lien vers votre site internet, adresse exacte...)
- Répondre aux internautes qui vous contactent par message privé.
- Gagner en visibilité en "sponsorisant" vos publications importantes.

Rappel : Grâce à la méthode **AIDA**

Les formats à privilégier :

- Image carrée : 1080x1080 px ou 1:1
- Stories : 1080x1920 px ou 9:16 (Poids du fichier maximal 4Go)
- Réels : 1080x1920 px ou 9:16 (Durée 15 secondes)

Un post

Contenu publié sur votre compte de manière pérenne. Vous pouvez le supprimer à tout moment.

Une story

Publication sous forme de vidéos ou de photos, visible que 24h.

Un réel

Vidéo courte de quelques seconde. Impactante, c'est une publication qui reste sur votre compte. Vous pouvez la supprimer à tout moment

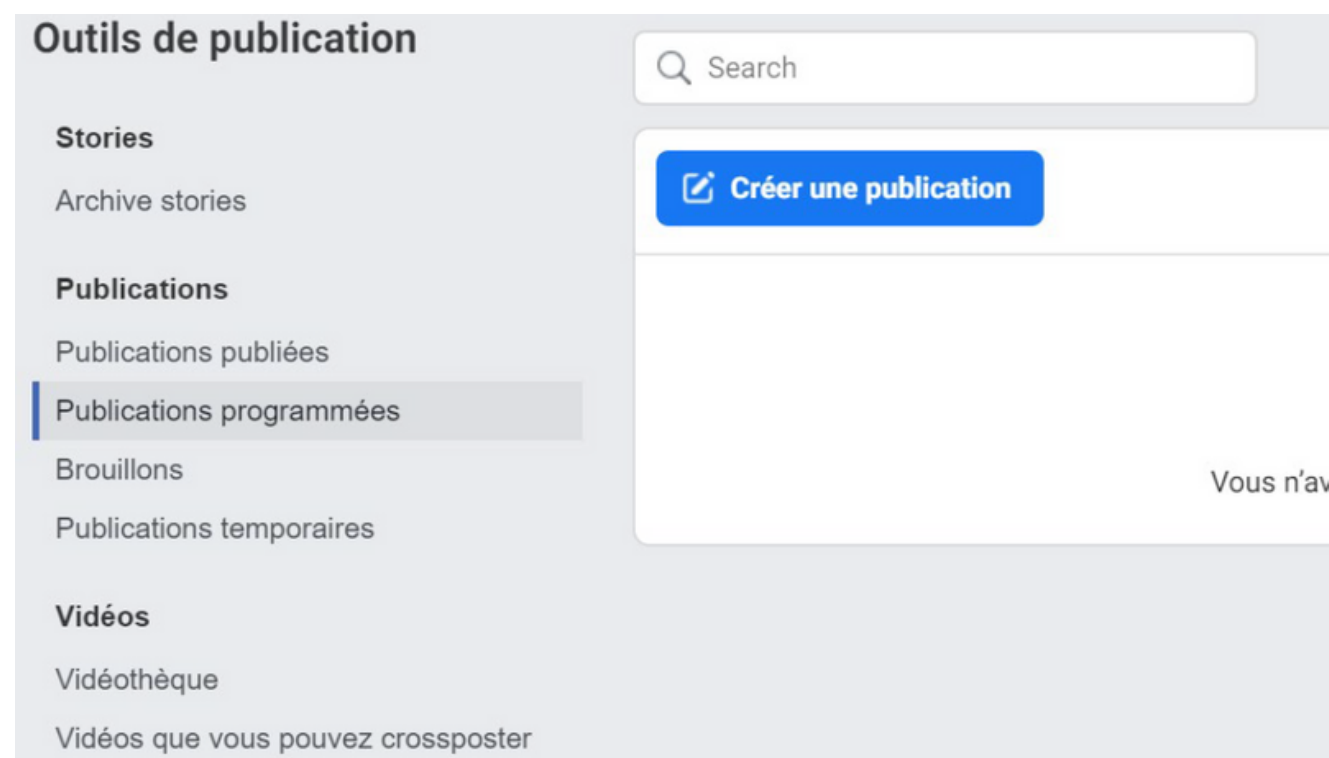


Il faut créer sa page Facebook via un compte personnel avec Meta Business.



- 1** - Accédez à facebook.com/pages/create.
- 2** - Saisissez un nom de page et une catégorie. Vous pouvez également ajouter une bio à votre Page.
- 3** - Cliquez sur Créer une page.
- 4** - Si vous souhaitez personnaliser votre page, vous pouvez ajouter votre bio, une photo de profil et une photo de couverture.
- 5** - Cliquez sur "Terminé".

Avec votre page Facebook, vous pouvez programmer vos publications.



Si vous n'êtes pas là, il est possible de programmer vos publications à l'avance !

Plus d'explications sur ce [tuto Facebook](#)

Les étapes:

1. Positionnez-vous dans la colonne de gauche de votre compte.
2. Sélectionnez l'onglet "Outils de publication" et cliquez sur la section "Publications programmées".
3. Créez une publication en choisissant la date et l'heure à laquelle vous souhaitez que celle-ci soit publiée.



Ne pas oublier

- Faites vivre votre club, comité ou ligue.
- Mentionnez les personnes présentes sur la publications et géolocalisez les lieux où la photo/vidéo a été prise.
- Partagez le quotidien de votre club (via les stories).

Afin de générer du trafic et de gagner en visibilité, vous pouvez aussi faire **des publications sponsorisées**.

FACEBOOK ADS, CONCRÈTEMENT C'EST QUOI ?



- Facebook Ads, vous permet de mener des campagnes publicitaires ciblées.
- Les critères de ciblage sont nombreux, tels que la géolocalisation, les centres d'intérêts, la situation familiale ou encore l'âge.
- Investir un minimum dans cet outil, sera un atout pour le développement de votre image sur les réseaux sociaux.

LES ETAPES

- 1 - Choisir son objectif :** parcourez la liste des objectifs publicitaires et trouvez celui qui correspond le mieux à ce que vous souhaitez accomplir.
- 2 - Sélectionner un budget adapté :** rendre votre publicité attractive compétitive face aux autres publicités.
- 3 - Créer du contenu qui se démarque :** utilisez un texte concis et indiquez clairement l'objet de votre promotion.
- 4 - Trouver une audience :** assurez-vous que votre publicité soit visible auprès de votre cible.
- 5 - Optimiser la publicité :** tirez des leçons des résultats obtenus afin de programmer des améliorations pour vos prochaines campagnes.

LE BUDGET POUR LES PUBLICITÉS FACEBOOK

Nous vous conseillons de prévoir dans un premier temps un petit budget de 10€/jour. Commencer avec un faible budget quotidien vous permettra de voir quelles annonces sont les plus efficaces et vous pourrez ensuite ajuster votre budget si nécessaire.

La publicité sur Facebook coûte en moyenne :

- 0,89 euros par clic
- 6,08 euros pour 1000 impressions.



Pour obtenir plus d'explications,
vous pouvez suivre ce lien → [Plus d'explications ici](#)

INSTAGRAM



Rappel : Cible : 13 - 30 ans

Plus de 22 millions d'utilisateurs mensuels en 2022, c'est le 3ème média social le plus utilisé

Source : <https://blog.digimind.com/fr/agences/instagram-chiffres-incontournables-2020-france-et-monde>

Les publications

- Mettre des photos très soignées et des vidéos courtes (moins de 1 min).
- Rédigez des descriptions courtes.
- Choisir environ 5 hashtags courts.

Les stories

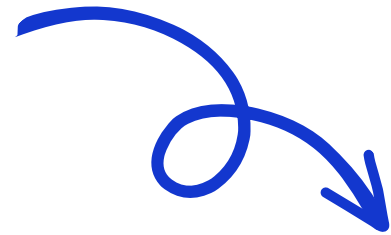
- Mettre des vidéos courtes.
- Mentionnez votre localisation.
- Suscitez des interactions en créant des sondages ou en posant des questions.
- Identifiez les personnes présentes et vos partenaires.

Rappel : Grâce à la méthode **AIDA**

Les formats à privilégier :

- Photo de profil : 150 x 150 pixels ou 320x320 px
- Image carrée : 1080x1080 px ou 1:1
- Image au format portrait : 1080x1350 pixels
- Stories : 1080x1920 px ou 9:16 (Poids du fichier maximal 4Go)
- Réels : 1080x1920 px ou 9:16 (Durée 15 secondes)

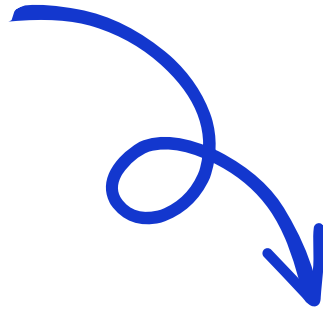




- 1** - Toujours demander l'accord de vos partenaires avant de les identifier sur votre publication.
- 2** - Privilégiez les stories (Idéalement 2 stories par jour).
- 3** - Postez des publications 2 à 3 fois par semaine.
- 4** - Taguez les licenciés de votre club présents sur le post et leur demander de le partager.
- 5** - Vous pouvez tutoyer vos internautes = rapport de proximité.



Il est désormais possible de programmer vos publications Instagram grâce au Creator Studio



Pour plus d'explication, [cliquez ici !](#)



LINKEDIN



Rappel : Cible : 20 - 60 ans / partenariats

En janvier 2022, LinkedIn affiche plus de 24 millions de membres en France.

- Pour promouvoir des activités annexes et les mettre en valeur.
- Pour des recrutements.
- Pour les actualités du club (extra-sportives).

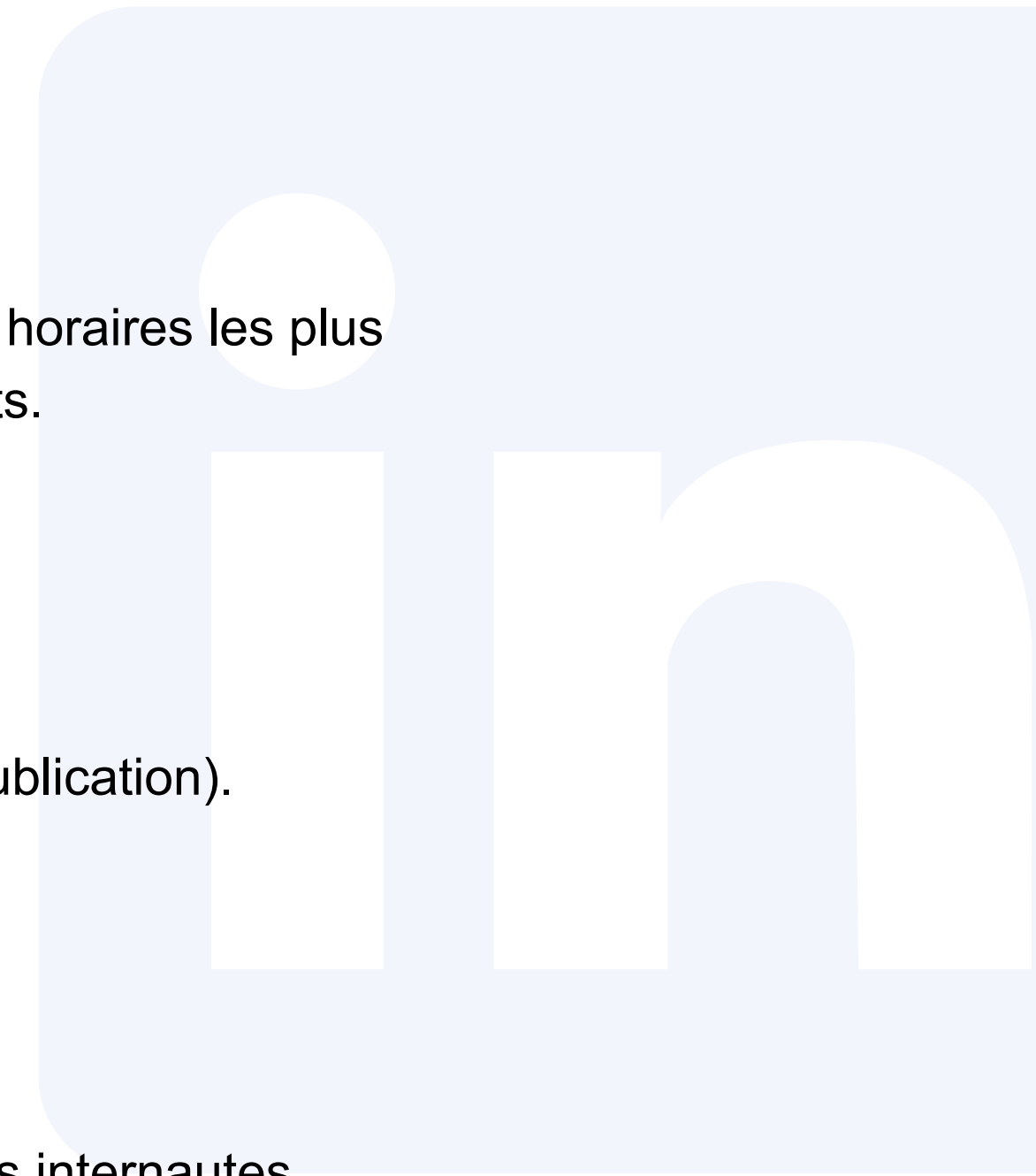
Les formats à privilégier :

- Image carrée : 1080x1080 px ou 1:1
- Carrousel carré : PDF - 1080x1080 px
- Vidéo : 3 min maximum pour avoir plus d'impact

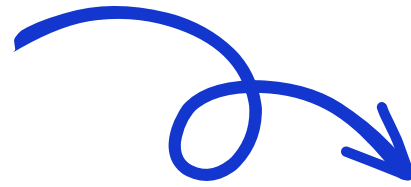




- Au départ, nous vous conseillons de faire une période de test afin de connaître les horaires les plus importants/impactants pour votre audience. Il faudra peut-être faire des ajustements.
- Sur LinkedIn, nous vous conseillons de faire un post par semaine.
- Utilisez des hashtags courts en rapport avec votre contenu (5 hashtags max par publication).
- Ne pas repartager les contenus.
- LinkedIn est un réseau social professionnel, nous vous conseillons de vouvoyer les internautes.



Plus besoin de passer par un outil externe ! Il est désormais possible de programmer ses publications sur LinkedIn.



- 1 - Il vous suffit de vous connecter à votre compte.
- 2 - Créez un post.
- 3 - Cliquez sur la petite horloge en bas à droite.
- 4 - Puis, choisir son fuseau horaire.

Programmer un post ×

jeu. 9 févr., 11:00 heure normale d'Europe centrale, selon votre lieu

Date

Heure

[Voir tous les posts programmés →](#)

[Retour](#) [Suivant](#)

TIKTOK



Rappel : Cible : 12 - 25 ans

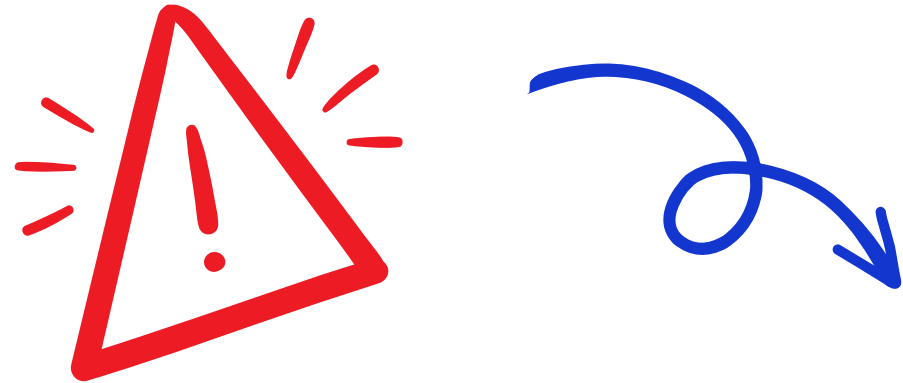
Pour la France, le nombre d'utilisateurs actifs mensuels de TikTok est de 14,9 millions.

Source : <https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

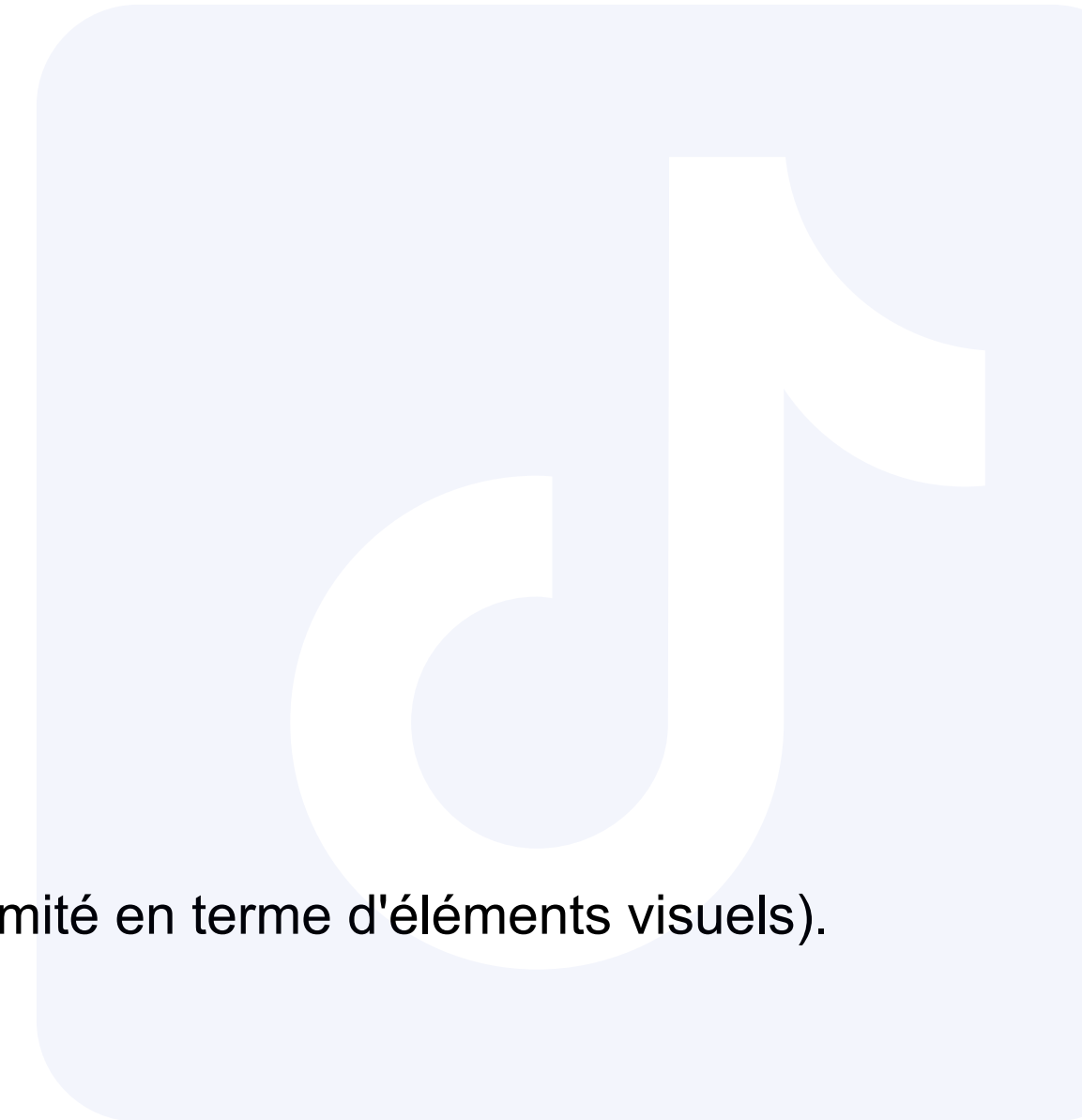
Il est préférable d'utiliser ce réseau pour :

- Proposer du contenu divertissant (ex: montrer les meilleurs buts, des vidéos fun).
- Poster des vidéos courtes.





- 1** - Postez des vidéos au format vertical (1080x1920px).
- 2** - Publiez du contenu régulièrement (2 à 3 fois par semaine).
- 3** - Vous pouvez programmer via l'application Tiktok sur ordinateur (Néanmoins, vous serez limité en terme d'éléments visuels).
- 4** - Sur ce réseau social, vous pouvez tutoyer les internautes.



RECOMMENDATIONS

- **Etre authentique** : Restez fidèle à vous-même dans vos publications, cela fera la différence.
- **Ne pas tout mélanger** : Chaque réseaux social à sa cible et son contenu approprié.
- **Choisir ses priorités** : Identifiez vos objectifs : choisir un ou deux réseaux sociaux plutôt que d'être présent partout afin de pouvoir créer du contenu régulièrement.
- **Répondre aux commentaires** : Cela permettra de créer de l'interaction avec vos internautes et de montrer "l'humain".
- **CANVA** : Vous pouvez utiliser l'application Canva pour vos visuels → [Accueil - Canva](#)
- **Expliquer les risques de l'e-réputation** : Avoir un temps d'échange avec vos licenciés sur les risques des RS.
- **Faire des reportings** : Afin de matérialiser des données et de les rendre compréhensibles de tous.
- **Choisir les jours/heures de publications** : Il faut être plus ou moins réactif selon le type de contenus que vous proposez.

CONTACTS

CONTACTEZ-NOUS !

communication@ffhandball.net

