

# UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX

*Formation*

Pour le développement



30  
NOV



KATI



9h  
à  
16h30

Par Assétou Diarra



# Table des matières

Page 3	Introduction aux réseaux sociaux (définition, utilité et caractéristiques)
Page 4	Prise de vue (Pratiques : prendre des photos et vidéos)
Page 6	Ecrire pour le web : Facebook, twitter et youtube
Page 7	Comment utiliser Facebook
Page 16	Comment utiliser Twitter
Page 19	Comment utiliser Youtube

# Introduction aux réseaux sociaux (définition, utilité et caractéristiques)

---

Grâce à Internet, de nouvelles perspectives de développement apparaissent dans l'élargissement de la visibilité des connaissances et expériences.

Un réseau social est un ensemble d'individus ou d'organisations reliés par des interactions sociales régulières. Des structures destinées à constituer des réseaux sociaux peuvent être créés volontairement, offrant aux participants des possibilités d'agrandir ou rendre plus efficient son propre réseau social (professionnel, amical, etc..)

Les médias sociaux utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Par le biais de ces moyens de communication sociale, des individus ou des groupes d'individus qui collaborent créent ensemble du contenu web, organisent ce contenu, l'indexent, le modifient ou le commentent, le combinent avec des créations personnelles.

Les médias sociaux utilisent de nombreuses techniques, telles que les flux RSS, les blogs, les wikis, le partage de photos (Flickr), les podcasts, les réseaux sociaux (Facebook, twitter, Instagram, Youtube), le bookmarking collaboratif, et plus encore.

L'apport de ces outils de communication dans l'amplification des voix est plus que jamais démontré avec les statistiques de plus en plus élevés des masses qui les utilisent. L'information arrive plus facilement, reste à voir sa véracité car bon nombre de personnes sont devenus des journalistes sans en connaître les règles d'utilisation de ces outils.

Ce cours vous permettra de savoir les utiliser de façon efficiente et efficace.

## Définitions, Utilités et Caractéristiques

### Facebook

Facebook est une société américaine créée en 2004 par Mark Zuckerberg. Elle est un des géants du Web, regroupés sous l'acronyme GAFAM, aux côtés de Google, Apple, Amazon et Microsoft. Il est le plus gros réseau social du moment avec plusieurs centaines de millions de personnes inscrites. Facebook vous permet de rester en contact avec vos amis et votre famille, de partager vos moments, photos, vidéos, vos humeurs et consulter ceux de vos contacts.




### Twitter

Twitter est un réseau social dit de « microblogging » qui permet de communiquer sous la forme de messages courts ne dépassant pas 140 caractères appelés « tweets ». Ils peuvent contenir des URL sous forme raccourcie, des images, des émoticônes, des gifs animés et des vidéos.

Le service a été créé en 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone et Noah Glass.

## Youtube

 Youtube est un site web d'hébergement de vidéos et un média social sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, regarder, commenter, évaluer et partager des vidéos en streaming. Il a été créé en 2005 par Chad Hurley, Steve Chen et Jawed Karim. La plateforme de partage de vidéos compte plus de 2 milliards d'utilisateurs chaque mois.

# Prise de vue (Pratiques : prendre des photos et vidéos)

---

## Comment prendre des photos pour un article?

1. S'assurer de la bonne marche de son appareil : ce n'est pas au moment de prendre la photo qu'il va falloir chercher le bouton on/off. Consacrez une soirée, au calme, avec le manuel de votre appareil et un bon tutoriel photo pour connaître les commandes vitales ;
2. Sachez cadrer votre photo : que voulez-vous photographier ? On pense trop souvent lumière et couleurs, mais une photo mal cadrée est toujours mauvaise. La façon de disposer les sujets dans l'image, c'est ce qui fera le charme de votre photographie et son originalité ;
3. De façon standard et si vous n'êtes pas un professionnel de la photo, optez pour le réglage « AUTO » afin d'éviter tout désagrément ;
4. Evitez de bouger quand on appui sur le bouton : pour éviter des photos floues ou ratées ;
5. Soyez prudent : prenez au moins trois prises par photos au cas où vous aurez des surprises après ;
6. Evitez de photographier quelqu'un à contre-jour ou sous une forte lumière, Cela peut mettre de l'effet sombre sur votre sujet à cause du contre-jour (on appelle cela déboucher les ombres) et rater la photo ;
7. C'est mieux si vous en avez la possibilité, photographiez quand la lumière est belle, c'est à dire peu de temps après le lever du soleil ou peu de temps avant son coucher, quand le soleil n'est pas trop haut dans le ciel et que les ombres sont longues ;
8. Mieux vaut s'approcher que zoomer ! Si vous le pouvez, faites-le, vous gagnerez en qualité d'image.

## Comment filmer des vidéos ?

Les règles sont pareilles qu'avec la photo sauf qu'il faudra en plus :

1. Ajouter de la lumière (projecteur) quand vous travailler dans une salle même en pleine journée,
2. S'assurer des réglages de sons : ayez un écouteur afin d'écouter ce que dit votre interlocuteur,
3. Ayez le réflexe de laisser filmer quelques secondes après que votre interlocuteur est terminé de s'exprimer,
4. Et surtout surtout éviter de bouger l'appareil lors du tournage.

# ECRIRE POUR LE WEB

---

Comment bien rédiger pour le web ? Écrire les contenus d'un blog professionnel ou d'un site web d'entreprise exige la prise en compte de différents paramètres propres à l'écriture en ligne : comme l'ergonomie (confort de lecture), les règles d'optimisation du référencement, ou encore le choix des mots-clés et la gestion des liens. Voici quelques bonnes pratiques pour bien démarrer dans l'écriture web.

## Définir une ligne éditoriale, planifier, mettre en place une veille

De cette étape dépend un certain nombre de procédés d'écriture qui seront mis en place pour la création de contenus. Il est donc nécessaire au préalable de :

1. Définir et garder à l'esprit le profil type du lecteur auquel on s'adresse (âge, catégorie sociale, intérêt, connaisseur ou non du sujet, etc.)
2. Adopter un style/ton en conséquence (informatif, polémique, divertissant, etc.)
3. Définir la périodicité des publications : il est préférable de publier un contenu par jour, que plusieurs contenus de loin en loin (pour le référencement, mais aussi pour fidéliser le lecteur)
4. Sélectionner ses sujets à l'avance et les reporter sur une planning éditorial
5. Mettre en place un système de veille sur la thématique qui vous intéresse : Google Alertes, abonnements aux flux RSS de sites de référence, Google Tendances de recherche. Pour plus d'efficacité, vous pouvez regrouper l'ensemble de votre veille en utilisant certains outils, comme Netvibes par exemple.

## Écriture web : contraintes de référencement naturel et d'ergonomie

### L'importance du titre et de l'accroche

Le titre et l'accroche (ou « chapo ») sont les portes d'entrée des articles, et doivent donc être considérés comme des priorités en termes d'écriture.

Ils contiennent les mots-clés, qui reflètent le contenu de l'article et reposent sur plusieurs facteurs de référencement : comme les requêtes susceptibles d'être tapées par les internautes sur un moteur de recherche, pour accéder au contenu.

### Le titre d'un article

Le titre renvoie ici à la balise <H1> <H1/>, qui dans le langage HTML, correspond au titre de premier niveau (il y en a 6), la plus importante pour le référencement.

Voici quelques règles simples et astuces concernant le choix des titres :

- Le titre doit être court dans la mesure du possible (70 caractères; 7 mots)
- Il doit être incitatif : avec les mots-clés situés en tête. A noter : cet aspect est important pour les abonnés au flux RSS de votre site web
- Le titre n'est pas nécessairement exhaustif (le message essentiel apparaîtra dans l'accroche). Il fait l'économie (si possible) des mots sans valeur ajoutée du point de vue du référencement : articles, adverbe, jargon, acronymes, etc.

- L'utilisation des deux points est une astuce efficace pour couper un titre et raccourcir l'URL correspondante. Donner un exemple.
- Retravailler le titre en dernier, une fois l'article entièrement rédigé.

### L'accroche d'un article

L'accroche est le texte introductif à l'article situé au-dessous du titre, et qui comprend le message essentiel de l'article. Elle doit donc être :

- Différente du titre : elle ne répète pas les informations données dans le titre, mais les complète ;
- Courte : généralement deux ou trois lignes ;
- Elle doit contenir des mots-clés importants pour le référencement de l'article, placés dans le premier tiers de la phrase ;
- A l'instar du titre, il est préférable de rédiger l'accroche en dernier.

### Le texte

Il est préférable d'opter pour un découpage en plusieurs paragraphes courts, pour offrir un meilleur confort de lecture. Un bloc de textes trop ramassé peut décourager immédiatement la lecture, faisant ainsi monter le taux de rebond.

A noter : si vous disposez d'un éditeur HTML (ex : présent différents CMS, comme Wordpress), il est très intéressant d'intégrer des intertitres ( <H2> </H2>) comprenant des mots-clés pour :

- créer des respirations dans le texte
- ajouter des mots-clés pour améliorer le référencement et faciliter le travail d'exploration des robots d'indexation.

L'insertion d'images peut également être un élément de fixation de l'attention du lecteur. Elles doivent dans ce cas apporter une réelle valeur ajoutée au texte. L'idéal est de privilégier les images en relation avec le contexte, bien contrastées, et faciles à interpréter.

### Choisir les bons mots-clés

Pour optimiser le référencement de vos articles, ou même orienter le choix des sujets, il est utile de faire appel à un générateur de mots-clés, ou à un outil d'analyse de tendance des mots-clés :  
Voir :

- [Google générateur de mots-clés](#)
- [Google tendances des recherches](#)

### Éviter le copier-coller de contenus

Depuis les récentes mises à jour de l'algorithme de Google (Panda), les sites web contenant du contenu dupliqué (copier-coller) d'autres autres sites web peuvent être lourdement pénalisés en termes de référencement.

## Comment utiliser Facebook

---

### Comment accéder à Facebook

Facebook est accessible sur différents types de supports: ordinateur, smartphone et tablette. Sur votre ordinateur, la meilleure solution est de vous connecter sur le site à l'adresse suivante : <https://www.facebook.com>

Pour les smartphones et les tablettes, des applications mobiles sont disponibles pour les périphériques Apple et Android respectivement sur l'AppStore et le PlayStore. Les principales fonctionnalités sont présentes sur les différents supports.

## Créer un compte Facebook

Pour pouvoir profiter de toutes les fonctionnalités du réseau social, vous devez vous créer un compte Facebook. Ce compte vous permet d'utiliser Facebook sur le site Internet mais également sur les applications mobiles.

En résumé, pour créer votre compte Facebook, suivez les étapes suivantes :

1. Rendez-vous sur le site Internet de Facebook
2. Cliquez sur le bouton Créer un compte
3. Renseignez votre nom, votre prénom, votre adresse messagerie (ou numéro de mobile), votre mot de passe, votre date de naissance et votre sexe
4. Cliquez sur le bouton S'inscrire
5. Un mail vous est adressé par Facebook
6. Accéder à votre boîte de messagerie
7. Confirmer votre inscription en suivant les étapes décrites dans le mail que vous venez de recevoir

Votre compte Facebook est créé, vous pouvez commencer à utiliser le service en renseignant votre profil. Vous devez impérativement vous souvenir de l'adresse de messagerie (ou du numéro de mobile) et du mot de passe. Ces deux informations vous permettront ensuite de vous connecter à Facebook.

## Comment se connecter à Facebook

Vous êtes désormais inscrits, vous faites partie de la communauté Facebook. La prochaine fois que vous souhaitez utiliser le réseau social, il va falloir vous connecter. Pour réaliser cette action, rien de plus simple :

1. Accéder à la page d'accueil de Facebook en tapant dans la barre d'adresse de votre navigateur préféré <https://www.facebook.com>
2. En haut de la page d'accueil, saisissez votre adresse email (ou numéro de mobile) puis votre mot de passe. Il s'agit ici des informations que vous avez saisies lors de votre inscription au site.



The image shows a screenshot of the Facebook login interface. It features two input fields: the top one is labeled 'Adresse e-mail ou numéro de tél.' and the bottom one is labeled 'Mot de passe'. Below these fields is a prominent blue button with the text 'Connexion' in white. Underneath the button is a smaller, blue, underlined link that reads 'Mot de passe oublié ?'.



## Le profil Facebook



Le profil permet de renseigner vos informations personnelles et mettre en avant vos centres d'intérêt, vos activités, votre humeur...

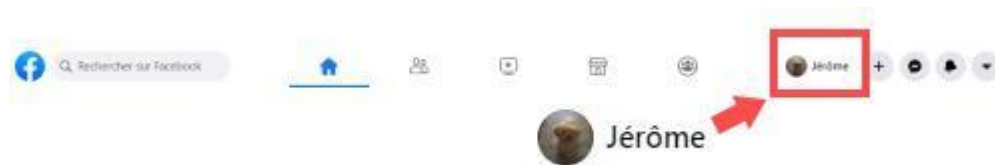
Vous pourrez par exemple saisir des informations sur :

1. Votre travail et/ou vos études
2. le lieu de votre habitation
3. Votre famille et vos relations
4. Vos événements marquants

Votre profil Facebook vous donne également la possibilité de gérer vos photos et vidéos en créant des albums qui seront visibles, ou pas selon votre choix, par vos proches et vos connaissances.

Vous pouvez aussi partager vos goûts musicaux, cinématographiques, littéraires, vos émissions de télévision préférées...

Vous pouvez accéder à votre profil à tout moment en cliquant sur votre prénom qui se situe dans la barre en haut de la page.



## Rechercher des amis

Une fois que vous avez votre compte Facebook, il est intéressant de rechercher des amis. Sinon votre mur risque de rester désespérément vide et vos publications n'auront pas une grande portée.

Pour effectuer une recherche, saisissez votre requête dans le champ de saisie qui se trouve en haut à gauche de la page principale.

Vous pouvez réaliser une recherche en tapant les noms et prénoms ou encore l'adresse e-mail d'une personne. Saisissez, par exemple, le nom de votre artiste préféré, le nom d'une entreprise ou d'un site Internet pour découvrir leur page Facebook. Enfin, entrez dans le champ un mot décrivant de votre passion, ou votre lieux préféré pour visualiser les groupes Facebook correspondant.

Selon votre recherche et le résultat retourné, plusieurs actions sont possibles :

1. Si votre recherche portait sur une personne, vous avez la possibilité de lui envoyer une invitation ou un message privé de premier contact.
2. S'il s'agit d'un Groupe, l'action possible est de rejoindre ce groupe pour suivre et participer aux échanges.
3. Pour les pages d'artiste ou d'entreprise, abonnez-vous pour recevoir les actualités de la page sur votre mur.

Par exemple, taper « Femmes et TIC » et Facebook vous proposera ma page dédiée à ce site. Abonnez-vous pour recevoir sur votre mur l'actualité.

## Comment fonctionne le mur Facebook

Le mur correspond au fil d'actualité qui s'affiche lorsque vous vous connectez à votre compte Facebook. Cet espace est mis à jour en temps réel et regroupe l'ensemble des publications partagées par vos amis, vos groupes ou les pages auxquelles vous êtes abonnés.

Vous pouvez interagir sur chacune des publications affichées:





1. Réagir en choisissant une icône correspondante à votre réaction face à cette publication (J'aime, En colère...);
2. Commenter en écrivant un message qui sera visible par toutes les personnes ayant accès à la publication ;
3. **Partager** pour que la **publication** soit affichée sur votre propre **mur** et ainsi la rendre visible pour toutes vos connaissances ;
4. Pour information, voici les expressions que vous pouvez exprimées en **réaction** à une **publication**:



- vous permet d'exprimer que vous aimez la **publication**.



- signifie que vous adorez la **publication**.

-  Pour dire que la **publication** vous fait rire
-  Vous êtes surpris par la **publication**.
-  Pour exprimer votre tristesse suite à la **publication**.
-  pour faire exploser votre colère suite à cette **publication**.

## Créer une publication

Vous avez principalement 3 méthodes pour **publier** de l'information sur votre propre **mur Facebook** :

1. La première méthode, nous venons de la voir dans le paragraphe précédent. Elle consiste à partager une **publication** d'un de vos **amis** ou autres connaissances ;
2. Vous pouvez aussi partager sur votre **mur** des articles que vous trouvez intéressants sur Internet. Par exemple, en haut et en bas de cet article se situent deux barres de **partage**. En cliquant sur l'icône avec un F comme **Facebook**, vous partager cet article sur votre **mur**. La plupart des **sites** d'information propose de telle **barre de partage** ;
3. La dernière façon d'écrire une **publication** sur votre **mur** est de la rédiger à l'aide du formulaire qui se trouve tout en haut de ce dernier. Vous aurez ainsi la possibilité d'écrire un **texte**, mettre en ligne des **photos** ou **vidéos**, faire une **vidéo en direct**, spécifier votre **humeur**...



Lorsque vous ajoutez une publication sur votre mur, vous pouvez déterminer qui pourra la voir (grâce au menu 1). Plusieurs choix sont à votre disposition : Amis, Amis sauf, Public ainsi que vos propres listes d'amis.

Facebook vous permet de créer des listes d'amis et ainsi classer vos connaissances dans celles-ci. Une idée peut être de créer une liste Famille, une autre pour les membres de votre Club de Gym, par exemple, Anciens collègues... Ainsi, vous pourrez rédiger vos publications en fonction des personnes qui pourront la lire.

Si vous ne souhaitez plus qu'une publication apparaisse sur votre mur, vous pouvez la supprimer. Pour cela parcourez les options disponibles en cliquant sur le petit chevron en haut à droite de la publication.

## Facebook Messenger

Facebook propose une fonctionnalité intéressante qui consiste à donner la possibilité d'entreprendre des discussions instantanées. Pour y accéder, cliquez sur le petit onglet le petit éclair qui se trouve dans la barre de menu.



Une petite fenêtre s'ouvre, saisissez les premières lettres du nom de la personne que vous souhaitez contacter. Facebook vous propose alors une liste de noms correspondants. Si vous double-cliquez sur le contact à joindre, vous pouvez entamer une discussion puis rédiger le message.

Cette fonctionnalité offre la possibilité de lancer des appels vidéo ou vocaux (services gratuits), inviter un ami à rejoindre une discussion. Cette fonctionnalité s'apparente à un service de chat ou encore à un outil comme Skype.

## Autres fonctionnalités

Vous pourrez par exemple accéder aux bibliothèques de jeux vidéo disponibles sur Facebook. Vous pourrez ainsi installer et jouer à des jeux à partir de Facebook. Plusieurs catégories de jeux sont proposées comme des jeux de mots, de lettres mais aussi des jeux de stratégie, d'action...

## Se désinscrire de Facebook

Vous n'appréciez pas les services de Facebook, vous n'y trouvez aucun intérêt. C'est tout à fait votre droit et vous avez le droit de vous désinscrire de Facebook à tout moment et gratuitement.

Vous avez le choix entre :

1. Désactiver votre compte
2. Supprimer votre compte Facebook

La première option met en veille votre compte, aucune donnée n'est effacée et vous pouvez réactiver celui-ci quand vous le souhaitez. Les données conservées ne sont plus consultables sur Internet même par vos contacts. Pour réaliser cette action, suivez les étapes suivantes :

1. Cliquez sur la flèche qui se situe tout à droite de la barre Facebook
2. Dans le menu qui s'ouvre, cliquez sur Paramètres
3. Sélectionnez le menu Sécurité dans le menu à gauche de la page
4. Cliquez sur Désactiver mon compte
5. Cliquez sur le lien Désactiver
6. Entrez votre mot de passe
7. Il est possible que Facebook vous demande les raisons de votre départ, complétez le formulaire
8. Vous pourrez réactiver votre compte de la même façon en vous y connectant ultérieurement

Pour supprimer son compte Facebook de manière définitive, accédez au formulaire suivant et cliquez sur le bouton Supprimer mon compte.

[Formulaire de suppression de compte Facebook](#)

Facebook explique que vos données ne seront plus accessibles mais que le processus de suppression peut prendre jusqu'à 90 jours.

Avant la suppression définitive de votre compte Facebook, vous avez la possibilité de télécharger une sauvegarde de toutes les données.

## **Ecrire pour Facebook**

Ecrire sur Facebook, c'est aller droit au but en postant un message clair et concis. Plus votre nombre d'abonnés est grand (et donc diversifié), plus vos messages doivent percutants.

### **Misez sur les visuels**

A travers la couverture (la photo principale de votre journal) sur votre page Facebook, le visiteur doit tout de suite percevoir votre identité.

La photo de profil doit être changée le moins souvent possible afin de rester un élément d'identification à la première vue. Si vous avez un logo, c'est là qu'il doit se trouver, en bonne qualité.

Les onglets épinglés en haut de la page vous permet de mettre en valeur les services qui sont utiles à vos fans et internautes: événements, album photos, inscription newsletter, jeux concours, etc. 4 onglets apparaissent par défaut en haut de votre page. Il peut y en avoir 12 au maximum.

Les internautes doivent pouvoir enregistrer et tagguer vos photos. Si vous uploadez plusieurs photos dans un album, portez une attention particulière aux 4 premières photos car ce sont celles qui apparaissent dans le Newsfeed (la page des actualités) des internautes.

## **Actualisez votre contenu**

Créez du contenu exclusif en partageant, par exemple, des photos de votre équipe dans leurs bureaux, des moments de pauses déjeuner, etc. Annoncez un événement, promouvez le début d'une campagne, affichez des promotions, créez du scoop et n'hésitez pas à surfer sur l'actualité, etc.

Parlez en « Je » (ou en « vous ») pour créer plus de relation avec vos fans. Éviter à tout prix le langage corporate. Vos lecteurs ne se sentiront pas pris à parti et votre message aura moins d'impact.

Organisez des concours, des quizz, des défis: créez du contenu qui pourrait générer le buzz. Poussez vos fans à utiliser leur créativité et à partager vos posts avec les autres membres. Par exemple: si l'annonceur vend des tenues de danse. Le défi pourrait être: « Danser en tutu sur la place Montmartre, Cap ou Pas Cap? »

Posez des questions à réponse fermée: Posez régulièrement des questions afin de générer des commentaires. Moins vous demandez à l'utilisateur de réfléchir ou de s'impliquer, plus vite il répondra. Par exemple : « Si vous pouviez danser sur l'une des plus grandes scènes du monde, tu choisirais: a) Rome b) Paris c) New-York d) Séoul ».

## **Incitez les membres à cliquer sur « j'aime »**

Poussez les fans à réagir en leur demandant explicitement de laisser un « j'aime » sur votre statut. Rédigez des phrases simples, courtes, à la forme impérative et active. C'est ce qu'on appelle un call-to-action. Par exemple : « rejoins-nous », « deviens fan », « tu aimes Coca-Cola ? Il y a un bouton pour ça ! ».

Valorisez vos fans. Mettez-les sur un piédestal, montrez leur de la considération. Likez, par exemple, leurs commentaires. Ils verront que vous accordez de l'importance à ce qu'ils écrivent. Et, pourquoi pas, récompensez vos fans qui sont les plus actifs sur votre page (avec des réductions exclusives, des cadeaux, etc). C'est du donnant donnant.

## **Utilisez les tags Facebook**

Taguez des pages en insérant le caractère « @ » devant le nom de la page ou le nom de la personne auprès de qui vous souhaitez réagir. Cette technique permet de paraître sur le profil des personnes que vous taggez. Mais aussi sur la page d'actualité de leurs amis.

Détectez les discussions sur des sujets qui vous concernent, en dehors de votre page Facebook. Les outils : Google Alerts, YouSeeMii, Hootsuite, vous permettent de faire de la veille sur votre marque. Lorsqu'on parle de vous ou si le sujet vous donne la légitimité de le commenter, lancez-vous. Mais intervenez avec des remarques constructives, invitant au dialogue afin d'intéresser les membres et de les inciter à consulter votre page.

## **Générez plus de trafic sur votre page**

Insérez en signature dans vos emails, sur vos cartes de visites, un lien vers votre page Facebook ou un code QR. Votre signature doit être un appel à l'action « Suivez-moi sur Facebook ! », accompagné de l'URL.

Demandez à votre réseau d'amis, de partager votre page à leurs amis. Invitez vos amis à rejoindre votre page grâce à l'application « Invitez vos amis » sur Facebook. Pensez à personnaliser les invitations envoyées à vos amis, expliquez leur brièvement ce que ça représente pour vous!

Pour conclure, il est évident que rassembler une communauté sur Facebook demande du temps, des idées, de l'imagination. C'est un travail sur le long terme.

# Comment utiliser Twitter

---

## Les bases : Comment fonctionne Twitter ?

Le fonctionnement de ce réseau social est assez simple. Un compte peut représenter une personne, une entreprise, un projet, .... Lorsque vous avez un compte, vous pouvez faire les actions suivantes :

1. Ecrire un « tweet ». C'est un message de 140 caractères qui peut contenir des images, liens, vidéos ...
2. Le fil d'actualité. C'est la page d'accueil de votre compte twitter. Les tweets apparaissent dans un ordre chronologique.
3. Être suivi par d'autres comptes. Ce que l'on appelle les « Followers ». Ou les abonnés en Français. Ces personnes verront vos tweets apparaître sur leurs fils d'actualité.
4. Suivre un compte. Ce que l'on appelle le « Following ». Ou abonnement en Français. Vous verrez les tweets de ces comptes apparaître sur votre fil d'actualité.
5. Reprendre le tweet d'un autre compte. Ce que l'on appelle « Retweet », c'est à dire le transmettre à vos « followers » ou bien le « Citer, en y ajoutant un message. C'est un peu l'équivalent de transférer pour un mail.
6. Ajouter un « Hashtag » dans vos tweets. C'est à dire mettre un mot clé dans votre tweet. Votre tweet sera ajouté à une liste avec tous les tweets ayant le même Hash Tag. Twitter a inventé ce concept mais il a été popularisé par d'autres réseaux sociaux. Comme Facebook ou Pinterest par exemple.
7. Faire une « Mention ». C'est à dire ajouter le nom d'un utilisateur dans un tweet. Ce dernier sera avertit de la chose.

L'objectif pour un profil sur Twitter est d'avoir de nombreux followers. Afin que vos messages aient une portée la plus importante possible. Cela vous servira à plusieurs choses :

1. Partager votre point de vue sur un sujet
2. Augmenter le trafic sur votre site internet
3. Partager des informations ou des liens.
4. Rentrer en contact avec quelqu'un (même si je suis assez dubitatif sur ce point personnellement).

## Comment est composé le profil de votre compte Twitter ?

1. Votre profil sur votre compte Twitter est personnalisable sur plusieurs paramètres :
2. Nom de profil : C'est le nom qui apparaît sur votre compte.
3. Votre nom d'utilisateur : C'est votre identifiant unique. Cela commence toujours par un @.
4. Une description de 140 caractères. Vous pouvez tout mettre. Liens, hash tags, ...
5. Une url vers le site de votre choix. Cela est vrai pour tous les liens sur Twitter. Cela veut dire que les moteurs de recherche ne les suivent pas dans leur exploration du web. Donc peu d'intérêt pour le SEO.
6. Une photo de profil et une photo de couverture. Des outils en ligne comme Canva peuvent vous aider à avoir de belles choses.

Formation en utilisation des réseaux sociaux pour les projets de développement/ Femmes et TIC



## Quelques bonnes astuces

Voici comment réussir ses débuts sur Twitter :

Ne suivez que quelques comptes au départ. Entre 5 et 10 comptes. Pas plus. Apprenez à vous servir de ce réseau social.

Tapez un mot clé de votre domaine d'activité dans le moteur de recherche de Twitter. Regardez les profils des personnes qui sortent. Souvent, ce sont des personnes d'autorités sur le sujet. Regardez les fils d'actualités. Si dans les derniers 30 tweets, vous ne voyez rien d'intéressant, passez votre chemin.

Soyez intransigeant sur la qualité de vos abonnements. Si vous ne trouvez pas quelqu'un pertinent, sortez le de vos abonnements. N'hésitez pas à revoir régulièrement votre liste d'abonnement.

Ne vous fiez pas (trop) au nombre d'abonnés d'un compte. Penser qu'un compte est intéressant car il a de nombreux abonnés est faux. Regarder son nombre d'abonnements est une bonne indication. 5 000 followers pour 6 000 abonnements, ce n'est pas la gloire.

## Quels sont les paramètres de performance de twitter ?

Lorsque vous ouvrez votre compte, vous avez accès à une partie statistique. Cette partie statistique vous permet de voir les performances de votre compte :

- Le nombre d'impressions de vos tweets. Combien de fois vos tweets sont apparus sur un écran d'utilisateur. Cela ne veut pas dire qu'il l'a forcément vu. Pour vous donner une ordre de grandeur, j'ai en moyenne 400 impressions par jours. Je tweete en moyenne 30 fois par mois.
- Le nombre de visites du profil. Combien de personnes se sont rendues sur votre page principale de compte. Pour vous donner une ordre de grandeur, mon profil est vu environ 300 fois par mois. Pour ceux qui veulent gagner du trafic vers leur site via le profil, j'ai moins d'un visiteur par mois par ce biais. Donc l'url sur votre profil importe assez peu en fait.

## Comment optimiser son utilisation

Comme tous réseaux, qu'ils soient sociaux ou autres, cela prend du temps. Si vous espérez devenir le nouveau roi en quelques semaines, passez votre chemin. Voici quelques réflexions:

Donnez du temps. Du délai. Son nombre de followers ne grandit de manière exponentielle sans événement. Il faut être actif et cela de manière régulière. J'ai constaté que mon nombre de followers augmente à mesure lorsque je tweete régulièrement. Il en va de même pour les différents critères de performances. Plutôt que de twitter plusieurs messages en même temps, dispersez-les dans le temps.

Retwitter bêtement ne fait pas partie de cette catégorie. Il faut prendre le temps d'écrire des messages. De bien les réfléchir. Bref, cela prend un peu de temps. De plus, il faut sélectionner les messages et les articles que l'on souhaite faire passer.

Utilisez des hash-tags avec parcimonie et intelligence. Veillez à ce que chacun de vos messages en ait au moins un. Mais ne faites pas des messages seulement avec des hash-tags. Utilisez des hash-tags qui ont du sens. N'utilisez pas #iphone par exemple si vous parlez d'android.

Mentionner les auteurs et les sources. Déjà par correction. C'est une bonne manière de rendre hommage au travail accompli. De plus, c'est une excellente manière d'être retweeté. Et donc d'améliorer sa portée et sa visibilité.

Utilisez tous les médias à votre disposition. Il est possible d'ajouter des émojis. Des vidéos. Des images. Utilisez-les mais avec intelligence bien évidemment.

N'hésitez pas à répondre ou à engager des conversations. Même si je trouve que pour l'instant, ce n'est pas très au point.

# Comment utiliser Youtube pour votre projet

---

Utiliser YouTube pour votre projet est plutôt une (très) bonne idée, étant donné que 300 heures de vidéo sont mises en ligne chaque minute sur la plateforme en 2020. Mais vous vous rendez vite compte que créer une chaîne n'est en réalité pas aussi simple que de réaliser votre site web. Pas de panique : voici ce qu'il faut savoir pour faire votre propre chaîne sur YouTube et développer votre audience sur la première plateforme de vidéos au monde.

1. Créez une chaîne
2. Ajoutez une description
3. Choisissez une photo de couverture
4. Adaptez votre contenu
5. Créez une bande d'annonce
6. Chargez votre première vidéo
7. Optimisez votre référencement
8. Gardez le rythme
9. Intégrez votre chaîne YouTube à votre site web
10. Engagez votre communauté
11. Analysez, optimisez, recommencez

## 1. Créez une chaîne

Si vous avez un compte Google, vous avez automatiquement un compte YouTube, mais avez-vous une chaîne ? Pour bénéficier d'une présence publique sur la plateforme, la première chose à faire est de créer votre propre chaîne sur YouTube. Vous pouvez le faire très facilement, en 5 clics seulement :

- Connectez-vous à YouTube et cliquez sur l'icône de l'utilisateur en haut à droite de l'écran.
- Cliquez sur l'icône en forme d'écrou pour accéder aux paramètres YouTube de votre compte.
- Cliquez sur *Créer une nouvelle chaîne*.
- Ensuite, sélectionnez *Utiliser un nom commercial ou un autre nom*.
- Ajoutez votre nom commercial et cliquez sur *Créer*.

## 2. Ajoutez une description

Première étape réussie : vous existez sur YouTube. Mais au fait, qui êtes-vous ? Il va falloir donner plus d'informations à vos visiteurs qu'un simple nom d'entreprise. Pour

cela, complétez votre profil en y ajoutant une description : quel type d'entreprise êtes-vous et quelle sorte de contenus vos abonnés pourront voir sur votre chaîne ?

Cette description va apparaître à plusieurs endroits, c'est donc le lieu idéal pour ajouter un lien vers votre site web et vos autres comptes de réseaux sociaux. Mettez vos atouts en valeur autant que possible, ce n'est pas le moment de jouer les timides !

### **3. Choisissez une photo de couverture**

Lorsque vous allez sur une chaîne YouTube, vous tombez immédiatement sur une bannière affichant le nom de la chaîne. Il s'agit de votre photo de couverture. C'est un élément primordial pour présenter votre marque. Extravagante ou minimaliste, vous pouvez choisir l'image que vous souhaitez. Seul impératif : elle doit correspondre en tout point avec votre marque, car c'est le premier élément que vos visiteurs voient en arrivant sur votre page.

YouTube met à votre disposition de nombreux outils pour vous permettre de démarrer si vous n'êtes pas un graphiste chevronné. On vous donne également un petit conseil pour la route : il est recommandé de télécharger votre photo de couverture au format 2560 x 1440 avec une taille de fichier maximale de 4 Mo pour un affichage optimal.

### **4. Adaptez votre contenu**

Il existe toutes sortes de vidéos d'entreprise : de la campagne publicitaire à la démonstration de produits. À vous de définir le contenu que vous souhaitez diffuser en fonction de votre secteur, votre offre et votre public cible. Si vous avez un produit complexe et que vous souhaitez permettre à vos abonnés d'en savoir plus, les tutoriels vidéo sont parfaits pour vous. Vous voulez partager les commentaires positifs de vos clients ? Pensez aux témoignages pour convaincre vos visiteurs. Encore mieux, faites les deux ! De cette façon, votre chaîne aura un contenu diversifié et trouvera écho chez tous types d'internautes.

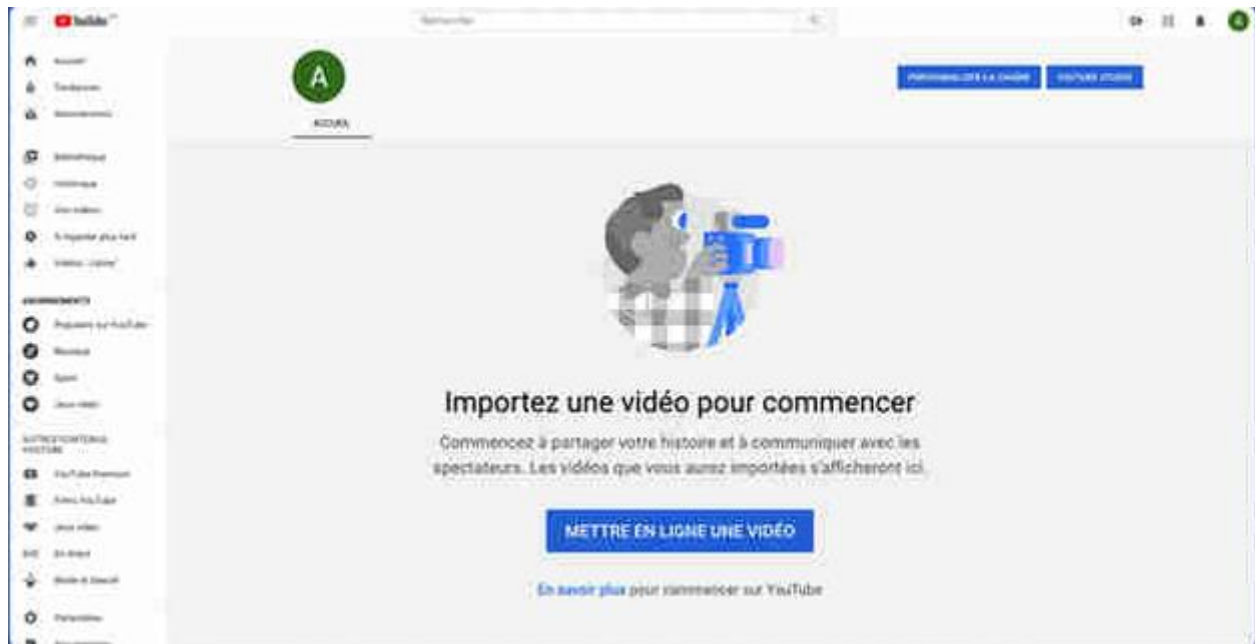
Pour autant, ne négligez pas vos fans les plus fidèles. Créez également un contenu adapté à votre public. Plus vous répondez aux besoins de votre cœur de cible, plus vous aurez de chance de vous démarquer.

### **5. Créez une bande d'annonce**

Votre photo de couverture présente votre entreprise en images, créez une bande d'annonce pour faire découvrir votre business en vidéo. Il s'agit d'une courte séquence qui permet à votre public de savoir qui vous êtes, en quoi consiste votre activité et quel type de contenu ils peuvent espérer voir sur votre chaîne. De plus, c'est un excellent exercice avant de vous lancer dans de plus grandes réalisations : clip vidéo ou pourquoi pas long métrage... Qui sait, c'est peut-être le début d'une toute nouvelle carrière.

### **6. Chargez votre première vidéo**

Et... Action ! Votre chaîne YouTube est prête, il est temps d'y mettre vos nouvelles réalisations. Une fois votre première vidéo tournée et éditée, il vous suffit de la charger. Vous trouverez l'option de mise en ligne en haut à droite de l'écran lorsque vous vous connectez à votre compte. Ne partez pas trop vite, le processus n'est pas encore terminé !



## 7. Optimisez votre référencement

Lorsque vous mettez une vidéo en ligne, vous devez remplir un titre, une description et des tags. YouTube dispose de ses propres outils pour que vous puissiez optimiser le référencement de votre vidéo. Complétez cette section aussi précisément que possible et utilisez des mots-clés pour décrire votre vidéo et votre entreprise.

Ne négligez pas cette étape, elle est essentielle pour que vos réalisations soient facilement détectables dans la barre de recherche YouTube. Au fur et à mesure, vous saurez quels sont les termes qui sont susceptibles de vous apporter plus de trafic. Attention tout de même, il est vrai qu'un titre et une description riches en mots-clés peuvent être bénéfiques pour votre entreprise, cependant, il ne faut pas en abuser. N'oubliez pas : trop de mots-clés tuent les mots-clés !

Bien référencer votre vidéo sur YouTube peut également vous permettre d'apparaître en haut des résultats sur les moteurs de recherche. Auriez-vous oublié que YouTube est un produit Google ? En optimisant correctement vos vidéos, vous pourrez les voir s'afficher en pole position à la fois sur YouTube et sur Google. Le Gombo gagnant !

## 8. Gardez le rythme

La réussite est un travail de longue haleine. Créer une chaîne, mettre en ligne une ou deux vidéos et s'arrêter là n'est pas suffisant pour connaître le succès – on vise bien évidemment le tapis rouge. Une chaîne YouTube requiert du temps et des efforts. Les visiteurs attendent une certaine constance de la part des chaînes auxquelles ils s'abonnent. Dès la sortie de votre première vidéo, tâchez de planifier à l'avance celles qui vont suivre.

Vous n'êtes pas certain de pouvoir tourner une vidéo chaque semaine ou une semaine sur deux ? Ce n'est pas un problème. Consacrez un jour de votre calendrier à l'enregistrement de plusieurs vidéos puis, publiez-les à votre convenance.

## 9. Intégrez votre chaîne YouTube à votre site web

Bravo ! Vous avez désormais votre site web et votre propre chaîne YouTube. Et si l'on mixait un peu tout cela ? Votre site internet est le meilleur endroit pour afficher fièrement toutes vos vidéos. Voici quelques idées pour les présenter de façon optimale :

**Mettez-les au premier plan** : votre vidéo est magnifique, et pour cause, vous y avez passé beaucoup de temps. C'est une raison suffisante pour l'afficher partout, à commencer par la page d'accueil de votre site. C'est ce que vos visiteurs verront en premier, et cela tombe très bien, une vidéo, c'est fait pour cela !

**N'oubliez pas les réseaux sociaux** : Soyez fier de votre travail et partagez-le sur tous vos réseaux sociaux. Plus vous diffusez vos vidéos, plus vous serez visible par votre public et c'est tout l'intérêt !

## 10. Engagez votre communauté

Si YouTube est ce qu'il est aujourd'hui, c'est parce que les gens sont de plus en plus intéressés par des contenus vidéo. Voilà ce que les Youtubeurs nous ont appris : on peut créer un engagement hors du commun en réalisant des vidéos de qualité. Si Assétou a réussi à réunir plus de 10 millions d'abonnés en faisant des sketches dans sa chambre, pourquoi pas vous ?

Pour cela, vous devez construire une communauté autour de votre chaîne. Interagissez vos visiteurs. C'est une étape très importante pour créer de l'engagement. Réagissez aux commentaires, posez des questions, répondez aux interrogations et surtout, soyez à l'écoute !

Vos abonnés sont là pour voir vos vidéos, alors n'oubliez pas de leur donner ce qu'ils veulent. Avec une communauté bien alimentée, vous créez un maximum de bouche-à-oreille – c'est de loin la meilleure des publicités !

## 11. Analysez, optimisez, recommencez

Une fois votre chaîne configurée, prenez un peu de recul pour analyser ses performances. L'onglet Analytics de YouTube vous accompagne tout au long de ce processus et vous guide pour vous permettre d'optimiser vos prochaines vidéos. Cet outil permet d'analyser le comportement des internautes qui visionnent vos vidéos et donc, par la suite, de mieux cibler votre public. Vous aurez également une meilleure idée de la raison pour laquelle une vidéo performe mieux qu'une autre. Pas de doute, YouTube Analytics est l'élément qu'il vous faut pour faire décoller votre chaîne – vers l'infini et au-delà !

Pour avoir accès aux données cliquer en haut à droite sur votre icône, puis cliquer sur « vos données dans youtube ».