

Les médias sociaux pour les associations

Auteurs Fanni Dahinden et Maja Graf, Centre de compétences vitamine B, avec l'aide de ChatGPT

Dans quel but les associations peuvent-elles utiliser les médias sociaux?

Aujourd'hui, il est tout à fait normal de faire des recherches sur Wikipédia, de se donner rendez-vous via WhatsApp, de planifier des rendez-vous avec Doodle, de montrer des photos sur Flickr, de se laisser guider par les évaluations d'autres personnes lors d'achats / de réservations sur Internet ou même de faire rédiger des textes par Chat GTP ou MyAI de Snapchat. Internet et l'utilisation des médias sociaux font depuis longtemps partie de notre quotidien.

Plateformes et outils de médias sociaux utiles aux associations:

Organisation de l'association

Planifier une manifestation	Doodle, Facebook, trello.com, Calendar
Stockage centralisé des données	Dropbox, Cloud, Google Drive, MsTeams
Banques d'images en ligne	Flickr, Instagram, Dropbox
Sondages auprès des membres	umfrageonline.com, surveymonkey.com, findmind.ch

Communication dans l'association

Informations sur des manifestations / accompagnement en direct d'évènements	Facebook, Twitter, Instagram, Periscope (et autres plateformes de live video streaming)
Rappels / appels aux membres	Facebook, Twitter, WhatsApp (et autres programmes de chat)
Recruter des membres pour des actions et de l'aide / échanges entre le comité et les membres	Facebook, Twitter, groupes de chat (WhatsApp et autres programmes de chat)
Échanges entre les membres (photos, vidéos, textes)	Groupes Facebook fermés; Groupe de chat (WhatsApp et autres programmes de chat) Instagram (images)

Marketing / recherche de fonds

Recrutement de membres	Facebook, Youtube, Vimeo, Snapchat
Promotion de produits et de prestations de service	Facebook, Twitter, Snapchat, Youtube, Vimeo, Instagram
Financement participatif de projets	wemakeit.ch, 100-days.net, ibelieveinyou.ch, projektstarter.ch, gemeinsam-unterwegs.ch
Augmenter le degré de notoriété	Article sur Wikipédia et wikia.com (en anglais)

➔ Vous trouverez une liste détaillée d'outils numériques de collaboration sur le site:
https://www.vitamineb.ch/virtuel/?_locale=fr

Comment planifier l'utilisation des médias sociaux pour l'association?

Étape 1: Un bref concept

Élaborez un concept sommaire clarifiant les questions suivantes:

- Quels sont les objectifs du recours aux médias sociaux?– *atteindre les membres plus rapidement*
vos objectifs d'épargne
 - *renforcer l'implication des membres*
 - *favoriser les échanges entre les membres*
 - *donner une image moderne*
 - *attirer l'attention sur notre association*
 - *«être de la partie»*
 - *financer un projet*
 - *évent. renforcer sa compétence médiatique, etc.*
- Quels sont les avantages pour nos membres?
 - *utiliser des canaux qu'ils utilisent de toute façon*
 - *faciliter et rendre les contacts plus rapides, etc.*
- Quels sont les avantages pour le comité de l'association?
 - *rendre les contacts entre eux plus rapides*
 - *rendre les contacts avec les membres plus rapides*
 - *disposer d'un système d'archivage commun*
 - *faciliter la collaboration, etc.*
- Combien de ressources voulons-nous / pouvons-nous investir dans la gestion? (temps/argent)
- Quelle(s) plateforme(s) de médias sociaux nos membres utilisent-ils?
- Quelle(s) plateforme(s) de médias sociaux nous permettent d'atteindre nos objectifs?
- Comment intégrons-nous les médias sociaux dans notre communication actuelle?

Étape 2: Les préparatifs

Utilisez les ressources et le savoir-faire existants! Demandez de l'aide aux membres de l'association, aux jeunes, aux personnes actives sur Internet et qui s'y connaissent en médias sociaux et en IA dans l'entourage de l'association.

- Connaissons-nous quelqu'un qui a de l'expérience avec les médias sociaux et les outils d'IA et qui créerait le site pour nous?
- Connaissons-nous quelqu'un qui a de l'expérience avec les médias sociaux et les outils d'IA et qui les administrerait pour nous?

Facebook

Facebook est la plateforme de médias sociaux la plus connue, avec env. 3,7 millions d'utilisatrices et d'utilisateurs en Suisse et près de 1,7 milliard dans le monde. Depuis 2013, plus de 50% des profils Facebook appartiennent à des personnes de plus de 30 ans.

Que mettre sur une page Facebook?

- Programme annuel / calendrier des manifestations
- Annonce de l'AG avec ordre du jour
- Actualités/informations
- Photos et vidéos des manifestations de l'association
- Campagnes en cours
- Concours / petits jeux, etc.

À faire et à ne pas faire

Ce que vous devriez absolument faire sur Facebook:

- Mettez régulièrement en ligne de nouvelles contributions / notes / photos. Si vous n'êtes pas régulièrement en ligne, vous pouvez facilement programmer la publication des contributions.
- Écrivez spontanément et rapidement (phrases courtes, plutôt comme du langage parlé).
- Écrivez personnellement, mais pas en privé.
- Ajoutez si possible toujours une image à votre texte. Les contributions agrémentées d'images ont un meilleur impact.
- Posez des questions pour stimuler l'interaction sur votre site. Et n'oubliez pas de réagir aux commentaires!
- Faites participer les membres de l'association (sondages, énigmes, tirages au sort).
- Invitez vos ami-es sur Facebook à liker le site de votre association. Facebook propose une fonction simple à cet effet.
- Mettez votre page Facebook en réseau avec des associations, des organisations, des personnes actives dans un domaine similaire au vôtre (géographiquement, en termes de contenu, etc.).
- Vérifiez régulièrement les paramètres de sécurité de votre page Facebook.

À éviter à tout prix:

- Porter atteinte aux droits de la personnalité (photos ou contributions présentant un potentiel discriminatoire, https://www.vitamineb.ch/400_mots_cles/?_locale=fr).
- Les informations trop privées n'ont pas leur place sur la page Facebook de l'association!
- Le spamming: ne publiez pas trop de choses. Les personnes doivent rester intéressées, mais ne doivent pas être submergées d'informations.

Instagram

Instagram, la plateforme de médias sociaux très populaire, compte env. 4,2 millions d'utilisatrices et d'utilisateurs en Suisse et 1,3 milliard dans le monde. Instagram offre aux associations une plateforme visuelle pour présenter leurs contenus avec des images et des vidéos de qualité. ChatGPT et MyAI permettent également aux associations d'utiliser des légendes et des descriptions générées automatiquement pour leurs publications Instagram afin de gagner du temps dans la gestion de contenu. Ces outils d'IA peuvent générer de manière intelligente des contenus qui reflètent le style et la tonalité de l'association.

TikTok

La plateforme est populaire auprès des jeunes et offre de nombreuses possibilités créatives pour créer et partager des contenus. Les associations doivent toutefois garder à l'esprit que le gouvernement chinois exerce un contrôle sur TikTok et que la protection des données et la sécurité sont sujettes à caution.

LinkedIn

Les associations peuvent également intégrer LinkedIn dans leur stratégie de médias sociaux, voire éventuellement dans leurs activités quotidiennes. Il s'agit d'une plateforme axée sur les contacts professionnel-les, le réseautage et les relations d'affaires. Ce que LinkedIn peut apporter à une association:

1. *Réseau professionnel*: LinkedIn permet aux associations d'entrer en contact avec des professionnel-les de leur secteur, des partenaires potentiels, des sponsors et des soutiens. Il vous permet d'élargir votre réseau et de profiter des connexions des autres.
2. *Marque employeur*: LinkedIn offre aux associations la possibilité de se présenter comme un employeur attractif. Vous pouvez y partager des informations sur votre organisation, des offres d'emploi, des stages et des opportunités de bénévolat afin d'attirer des personnes talentueuses.
3. *Content marketing*: en partageant des contenus pertinents, des mises à jour et des aperçus, les associations peuvent démontrer leur expertise et leur valeur ajoutée. LinkedIn leur permet de publier des articles de blog, des contributions, des vidéos et des présentations afin de diffuser efficacement leur message.
4. *Recrutement de bénévoles et de professionnel-les*: les associations peuvent utiliser LinkedIn pour trouver des bénévoles ou recruter des professionnel-les pour certains projets ou initiatives. Vous pouvez rechercher de manière ciblée des personnes qui disposent de certaines compétences et expériences pertinentes pour votre association.
5. *Défense de la branche et engagement communautaire*: LinkedIn propose des groupes et des forums dans lesquels les professionnel-les et les groupes d'intérêt peuvent échanger des informations. Les associations peuvent se joindre à ces discussions, se positionner en tant qu'expertes et nouer de précieux contacts dans leur secteur.

Outils d'IA

En utilisant ChatGPT, MyAI de Snapchat et des outils d'IA générant des images, les associations peuvent également gagner du temps dans la gestion de contenu et créer des contenus de qualité. Ces outils d'IA peuvent par exemple générer automatiquement des textes pour des posts sur les médias sociaux ou même des images et des graphiques qui répondent aux exigences visuelles de l'association. Cela permet aux associations de travailler plus efficacement tout en fournissant un contenu attrayant à leur public cible.

Important!

Il est important que l'utilisation de tous les médias sociaux, y compris des outils d'IA, soit conforme aux règles de protection des données et aux règles éthiques afin d'éviter les abus et de protéger la vie privée des utilisatrices et utilisateurs.

Veillez donc impérativement tenir compte de la loi suisse sur la protection des données qui entrera en vigueur le 1.9.2023,

https://www.vitamineb.ch/uploads/media/default/2980/2023_protection_des_donnees.pdf