

# Université Laurentienne

Manuel concernant les médias sociaux



# Table des matières

- Introduction.....3
- Buts des médias sociaux.....4
- Normes communautaires.....5
- La voix de la Laurentienne.....8
- Échanges dans les médias sociaux.....9
- Réponse communautaire.....11
- Canaux des médias sociaux.....13
- Coordonnées.....22

# Introduction

Ce manuel vise à bien équiper les personnes qui gèrent divers canaux de médias sociaux de la Laurentienne. Il les aidera à atteindre leurs buts, à s'aligner sur ceux de l'Université et à coordonner les activités pour enrichir notre communauté en ligne.

## **Voici nos principaux comptes :**

- Facebook: @Laurentian University
- Instagram and Threads: @laurentianu
- Twitter: @laurentianu
- TikTok: @laurentianu
- LinkedIn: @Laurentian University
- Youtube: @Laurentian University
- Discord: @laurentianulaurentienne

# Buts des médias sociaux

Nous cherchons toujours des moyens d'améliorer les activités dans les médias sociaux, y compris en ajoutant de nouveaux canaux dans notre communauté. Si vous désirez établir une présence dans les médias sociaux de la Laurentienne, il est important de tenir compte des exigences puis de créer une stratégie qui répond aux questions suivantes :

- **Objet** : Pourquoi avez-vous besoin d'une présence dans les médias sociaux? Que voulez-vous accomplir exactement?
- **Objectifs** : Comment mesurerez-vous votre réussite?
- **Public** : Quel public avez-vous l'intention de joindre? Qu'est-ce qui l'intéresse?  
**Stratégie** : Quels canaux, quel contenu et quelles activités utiliserez-vous dans le média social pour atteindre vos buts?
- **Équipe** : Qui aura la responsabilité de superviser et d'exécuter vos activités dans les médias sociaux au fil du temps?
- **Temps** : Est-ce que vous ou les membres de votre équipe avez du temps à consacrer à cette grande tâche continue? Avez-vous songé à la somme de temps et d'énergie que vous devrez consacrer à un compte de média social pour qu'il soit fructueux?

Si, après avoir répondu à ces questions, vous estimez qu'il est bon d'établir un compte de média social, nous serions heureux de le savoir.

# Normes communautaires

Il est important de comprendre les normes qui vous protègent autant que la Laurentienne.

## Ces normes accompagnent des politiques de l'Université comme :

- [Code de conduite étudiante](#)
- [Environnement respectueux de travail et d'étude](#)
- [Réponse à la violence sexuelle et prévention](#)
- [Politique de Bilinguisme de l'Université Laurentienne](#)

Internet est un lieu public et les affichages sont essentiellement permanents. Suivez ces lignes directrices afin d'optimiser les communications et de réduire les risques.



## À FAIRE :

- Observez les lois de l'utilisation équitable dans la publication de propriété exclusive et protégée par le droit d'auteur.
- Exprimez les remerciements appropriés et indiquez la source lorsque vous publiez du contenu qui n'est pas le vôtre.
- Affichez du contenu approprié pour les membres de tous âges de la communauté.
- Observez les conditions de service des plateformes de médias sociaux que vous utilisez.
- Observez les lignes directrices de l'Université sur l'image de marque visuelle.

## À NE PAS FAIRE :

- N'affichez pas de renseignements sur les politiques ou processus de l'Université, comme des critères détaillés d'admission à un programme.
- N'affichez rien qui sort de votre domaine d'autorité et d'expertise.
- N'indiquez aucun renseignement identificateur qui peut être utilisé pour trouver quelqu'un hors ligne.
- Ne publiez pas d'images de personnes identifiables sans avoir obtenu leur permission au préalable.
- Ne faites pas courir de risque à l'Université en affichant des renseignements sur des zones et des installations à accès réservé.



## Soyez:

- **Ayez une stratégie.** Définissez clairement ce que vous voulez accomplir dans les médias sociaux et comment cela s'intégrera dans vos plans généraux de marketing et de communication.
- **Soyez respectueux.** Séparez les faits des opinions et conservez un ton poli et professionnel, surtout lorsque vous n'êtes pas d'accord avec d'autres qui peuvent s'opposer vigoureusement à vous.
- **Agissez de manière transparente.** Indiquez votre affiliation avec la Laurentienne et ne prétendez pas être quelqu'un que vous n'êtes pas.
- **Engagez-vous.** Consacrez le temps et la passion nécessaires à vos activités dans les médias sociaux et ne restez pas silencieux trop longtemps.
- **Faites la conversation.** Dialoguez avec la communauté; évitez d'afficher des messages unidirectionnels et de vous désengager de thèmes pertinents.
- **Soyez authentique.** Parlez à la première personne du singulier et adressez-vous aux gens par leur nom en laissant votre personnalité transparaître.
- **Misez sur l'exactitude.** Vérifiez tous les renseignements que vous fournissez et corrigez les erreurs rapidement et visiblement.
- **Rendez-vous utile.** Fournissez des renseignements utiles et appréciables, n'affichez pas de messages d'autopromotion.
- **Soyez prudent.** Étant donné que les renseignements publiés en ligne sont en grande partie permanents, évitez les sujets controversés et, dans le doute, n'affichez rien.
- **Soyez inclusif.** Prêtez une oreille attentive à ce qui intéresse la communauté et aux sujets qu'elle aime aborder afin d'être un participant pertinent et ouvert à la conversation.

# La voix de la Laurentienne

Afin que l'activité dans les médias sociaux reflète la marque de la Laurentienne, il faudrait observer les principes suivants :

## **NOUS SOMMES :**

- Approchables : car nous invitons tout le monde à la conversation;
- Personnels : car nous appelons les gens par leur nom et utilisons le langage approprié au canal;
- Renseignés : car nous fournissons des réponses complètes aux questions;
- Passionnés : car nous sommes engagés et enthousiastes dans les conversations;
- Positifs : car nous avons un point de vue toujours optimiste.

## **NOUS NE SOMMES PAS :**

- Privilégiés : et ne regardons pas les gens de haut;
- Insistants : en essayant activement d'influencer les comportements;
- Vaniteux : entièrement concentrés sur nos propres succès;
- Superflus : des participants sans but;
- Dédaigneux : en refusant les autres points de vue.

# Échanges dans les médias sociaux

Le dialogue dans les médias sociaux est bidirectionnel et vous devriez écouter activement et répondre aux messages. Cela signifie que vous tomberez sur du contenu touchant votre domaine ou qui vise l'ensemble de la communauté universitaire. Suivez l'arbre de décision ci-dessous quand vous répondez aux messages afin d'agir comme il se doit.

**Étape 1 :**  
Accédez au message/commentaire

**Étape 2 :**  
Évaluez le message en tenant compte de la source, de l'influence et du moment.

**Étape 3 :**  
Agissez



Positif

Le commentaire est-il utile ou fait-il l'éloge de vos activités?

Remerciez l'utilisateur pour le contenu; envisagez de l'afficher/partager.

Le commentaire négatif est-il vexant ou inapproprié?

Supprimer le message immédiatement. Si le comportement persiste, demandez poliment à l'utilisateur d'arrêter ou bloquez-le.

S'agit-il d'une plainte concernant le service à la clientèle?

Communiquez directement avec l'utilisateur pour résoudre le problème.

Le commentaire négatif est-il inexact?

Répondez en fournissant des renseignements factuels.

Le message est-il intempestif, ridicule, coléreux?

Ne faites rien. Laissez la communauté prendre votre défense. Supprimez le message seulement s'il devient inapproprié.

Négatif

# Réponse communautaire

Que contient un message inapproprié? Même si la majorité des commentaires des utilisateurs reflètent une communauté active et intéressante, ce n'est pas toujours le cas. Les actions ci-dessous devraient être considérées comme inappropriées et vous devriez supprimer les commentaires qui :

- contiennent des vulgarités et des propos injurieux;
- incluent une attaque personnelle;
- harcèlent ou embarrassent d'autres membres;
- enfreignent la loi sur le droit d'auteur ou une politique de l'Université;
- annoncent un service commercial particulier;
- incluent une menace de violence;
- ne conviennent pas à tous les âges;
- encouragent l'intolérance envers un groupe en particulier;
- sont inclus de nombreuses fois dans un seul fil de conversation;
- n'ont aucun rapport avec le message original et visent à attirer l'attention sur leur auteur;
- induisent sciemment d'autres membres en erreur.

# Réponse communautaire

Il faudrait bannir ou bloquer de votre page ou groupe toute personne qui affiche constamment des messages inappropriés.

Si vous recevez des messages directs contenant des menaces, du harcèlement verbal, du contenu inapproprié ou des atteintes aux droits de la personne, envoyez un message au Service de sécurité et au BEDDP. Ce message devrait comporter une capture d'écran du contenu et le contexte du ou des messages et un avertissement concernant le contenu dans la ligne d'objet.

- [security@laurentian.ca](mailto:security@laurentian.ca)
- [edhr@laurentian.ca](mailto:edhr@laurentian.ca)

Si vous soupçonnez que l'expéditeur du message a besoin d'aide immédiate, envoyez-lui le numéro de téléphone du Service de sécurité : 705-675-1151, poste 6562.

# Canaux des médias sociaux

Chaque plateforme de média social a sa propre série de caractéristiques, notamment le style, le public et le contenu et les moyens d'expression. Il est important de prendre chacun de ces éléments en compte avant de partager tout type de message ou d'éléments visuels en ligne.

## Liste des plateformes

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- TikTok
- LinkedIn
- Youtube



**FACEBOOK** : Facebook permet aux membres d'ajouter des gens à titre d'amis, de suivre des entreprises et de partager des mises à jour, du contenu et des activités.

Les types de membres de la communauté incluent : les diplômés, les membres des familles, les amis de la Laurentienne, les chefs de file communautaires.

Style : réservé, informatif et orienté sur la famille



- **Identité** : Créez une URL personnalisée fondée sur les conventions de dénomination de la Laurentienne; mettez à jour les informations de la page, la photo et la description; insérez un lien avec la page Facebook principale de la Laurentienne.
- **Contenu** : Créez un calendrier de contenu et affichez un message au moins une fois par semaine. Utilisez la règle des 80/20 où 80 % de vos messages portent sur les valeurs de votre marque et 20 % sont des promotions directes de vos événements et activités.
- **Étiquette** : Répondez aux commentaires, invitez les commentaires et la participation. Encouragez les défenseurs de la marque en insérant des liens avec leur contenu et en leur demandant leur avis.
- **Réseautage** : Ajoutez des liens avec d'autres canaux de marketing et réseaux sociaux, faites connaître la page à des groupes connexes, importez du contenu pertinent d'autres canaux (p. ex., vidéos de YouTube, blogues, page Web de la Laurentienne).



**INSTAGRAM** : Il permet d'aimer et d'afficher des images et des vidéos.

Les types de membres de la communauté incluent : les étudiants potentiels et actuels et les chefs de file communautaires.

Style : messages agréables, amusants et engageants. Un peu informatif.

- **Identité** : Créez un compte Instagram ainsi qu'une URL personnalisée fondée sur les conventions de dénomination de la Laurentienne, mettez à jour les informations de la page et la photo.
- **Contenu** : Créez un calendrier de contenu et affichez un message au moins une fois par semaine. Utilisez la règle des tiers pour les photos.
- **Étiquette** : Sollicitez les commentaires et la participation. Utilisez de courtes légendes des images et des mots-clics pour décrire les sujets auxquels votre image est liée. Les hyperliens n'apparaissent pas dans les légendes d'Instagram; par conséquent, envisagez d'utiliser Linktree et de l'inclure dans votre bio.

Conseil: Comprenez bien la signification des émoticônes et des mots-clics avant de les utiliser. Consultez <https://emojipedia.org/> pour connaître la signification des émoticônes.





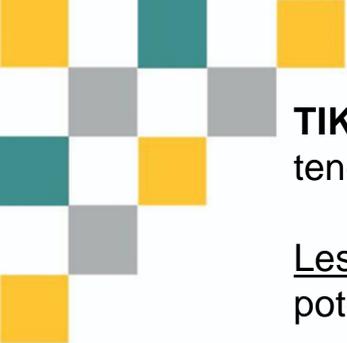
**X:** X permet de communiquer de brèves informations (appelées gazouillis) de manière largement publique.

Les types de membres de la communauté incluent: les étudiants potentiels et actuels, les diplômés, les chefs de file communautaires, le corps professoral et le personnel.

Style : informatif et axé sur la mise à jour.



- **Identité :** Créez un compte X, nommez-le selon les conventions de la Laurentienne, et utilisez une image de la Laurentienne comme arrière-plan.
- **Contenu :** Créez un calendrier, et répondez rapidement aux messages. Utilisez des images pertinentes pour raconter une histoire, sachant que le nombre de caractères est limité. Encouragez les défenseurs de la marque en identifiant vos suiveurs les plus engagés et en exploitant leur contenu concernant votre marque.
- **Étiquette :** Répondez publiquement aux commentaires publics, envoyez des messages sur des sujets privés ou délicats, retransmettez (RT) le contenu pertinent et appréciable d'autres personnes, invitez les commentaires de vos suiveurs, effectuez un suivi dans les canaux pertinents. Joignez-vous à des conversations ou créez-en en utilisant des mots-clés pertinents ou uniques.
- **Réseautage :** Ajoutez des liens avec d'autres canaux de marketing et réseaux sociaux, faites une recherche pour trouver des personnes qui s'intéressent à votre sujet et suivez-les.



**TIKTOK** : TikTok permet de partager des micro-vidéos et de suivre les tendances qui changent rapidement.

Les types de membres de la communauté incluent : les étudiants potentiels et actuels et les membres de la communauté.

Style : amusant et engageant, vidéos conversationnelles.

- **Identité** : Créez un compte et un nom de compte selon les conventions de dénomination de la Laurentienne.
- **Contenu** : Axé sur les tendances. Vous devez par conséquent afficher souvent du contenu pour qu'il reste pertinent.
- **Étiquette** : Répondez aux commentaires, sollicitez les commentaires et la participation. Encouragez les défenseurs de la marque en insérant des liens avec leur contenu.
- **Réseautage** : Créez des liens en suivant les tendances et en étiquetant d'autres personnes.

Conseil : Pour partager une vidéo de TikTok sur différentes plateformes, supprimez le filigrane au moyen de ce site Web : [snaptik.com](https://snaptik.com). Si vous avez besoin d'instructions, communiquez avec nous.





**Discord:** Discord est une plateforme de communication constituée de serveurs et de clavardage en groupes qui peut être animée par des personnes et des robots.

Les types de membres de la communauté incluent: les étudiants potentiels et actuels, les diplômés et les membres de la communauté.

Style: Amusant et engageant, conversationnel

- **Identité** : Créez un compte et nommez-le en utilisant la convention de dénomination de la Laurentienne.
- **Contenu** : Conversations de toutes sortes qui suivent les règles de communication.
- **Étiquette** : Répondez aux messages, sollicitez des commentaires et encouragez la participation en posant des questions.
- **Réseautage** : Créez des liens entre étudiants dont les antécédents et l'année d'obtention du grade sont semblables aux vôtres.





**Threads** : Thread est une plateforme semblable à X. Elle permet de partager de courtes rafales d'informations (appelées un fil) de manière largement publique.

Les types de membres de la communauté incluent: les étudiants potentiels et actuels, les chefs de file communautaires, le corps professoral et le personnel.

Style: informatif et axé sur la mise à jour.

- **Identité** : Créez un compte, nommez-le selon les conventions de la Laurentienne, et utilisez une image de la Laurentienne comme arrière-plan.
- **Contenu** : Créez un calendrier d'affichage et répondez sans tarder aux messages. Utilisez des images pertinentes pour raconter une histoire, sachant que le nombre de caractères est limité. Encouragez les défenseurs de la marque en identifiant vos suiveurs les plus engagés et en exploitant leur contenu concernant votre marque.
- **Étiquette** : Répondez publiquement aux commentaires publics, envoyez des messages sur des sujets privés ou délicats, retransmettez le contenu pertinent et appréciable à d'autres personnes, invitez les commentaires de vos suiveurs, effectuez un suivi dans les canaux pertinents. Joignez-vous à des conversations ou créez-en en utilisant des mots-clés pertinents ou uniques.
- **Réseautage** : Ajoutez des liens avec d'autres canaux de marketing et réseaux sociaux, faites une recherche pour trouver des personnes qui s'intéressent à votre sujet et suivez-les.





**LINKEDIN** : LinkedIn est un réseau social pour les professionnels qui est largement axé sur le réseautage, la publication du curriculum vitae et la recherche d'un emploi intéressant.

Les types de membres de la communauté incluent : les étudiants actuels, les diplômés, le corps professoral, le personnel et les chefs de file communautaires.

Style : informatif et célèbre les succès communautaires.



- **Identité** : Créez un compte LinkedIn selon les conventions de dénomination de la Laurentienne, mettez à jour vos infos et utilisez une photo professionnelle.
- **Contenu** : Communiquez votre curriculum vitae à des collègues par l'entremise de LinkedIn. Fournissez des mises à jour sur vos succès et objectifs professionnels.
- **Réseautage** : Créez des liens avec des professionnels dans votre domaine à la Laurentienne et dans d'autres établissements.
- **Promotion** : Montrez des échantillons de votre travail pour vous mettre en lumière.



**YOUTUBE** : La majorité des vidéos sont publiées sur le compte YouTube officiel de l'université et notre département peut vous aider à créer une playlist pour promouvoir votre service ou votre département. Cependant, il est possible de créer votre propre compte YouTube si vous avez suffisamment de contenu.



# Coordonnées

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

**Courriel :** [socialmedia@laurentian.ca](mailto:socialmedia@laurentian.ca)