

# UNIVERSITÉ LAURENTIENNE

## MANUEL SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

# TABLE DES MATIÈRES

- 01** Introduction
- 02** Canaux enregistrés de la Laurentienne
- 03** Normes communautaires
- 04** Lignes directrices pour la participation
- 05** La voix de la Laurentienne
- 06** Échanges dans les médias sociaux
- 07** Canaux des médias sociaux

Ce manuel a pour but d'intensifier et d'améliorer l'utilisation des médias sociaux à l'Université Laurentienne. Où vous situez-vous?

- 1) Je n'ai jamais géré de compte de média social
  - Apprenez comment créer votre canal de média social et la stratégie de base.
- 2) Je gère actuellement un compte de média social
  - Apprenez les lignes directrices de la participation active et les pratiques exemplaires.

Voici des canaux officiels exploités par l'Université Laurentienne.

**Facebook**      [Université Laurentienne](#)

**Twitter**        [@LaurentianU](#)  
[@LUVoyageurs](#)

**Blogues**        [Blogue du recteur](#)  
[Blogues étudiants](#)

**Autres**         [Instagram](#)  
[LinkedIn](#)  
[YouTube](#)  
[Snapchat](#)

Ce manuel vise à bien équiper les personnes qui gèrent ou gèreront divers canaux de médias sociaux de la Laurentienne et à faire en sorte que leurs programmes donnent de bons résultats et soient alignés sur les objectifs de l'Université.

Nous cherchons toujours des moyens d'améliorer les activités dans les médias sociaux, y compris en ajoutant de nouveaux canaux à notre [liste officielle](#). Si vous désirez établir un canal de média social 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 objectifs?
- Équipe :** Qui aura la responsabilité de superviser et d'exécuter vos activités dans les médias sociaux au fil du temps?

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

Adressez-vous à Jonathan Migneault, coordonnateur de la stratégie numérique, [jmigneault@laurentian.ca](mailto:jmigneault@laurentian.ca)

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

- 01** Observez les lois de l'utilisation équitable dans la publication de propriété exclusive et protégée par le droit d'auteur.
- 02** N'affichez pas de renseignements sur les politiques ou processus de l'Université, comme des critères détaillés d'admission à un programme.
- 03** Effectuez les remerciements appropriés et indiquez la source lorsque vous publiez du contenu qui n'est pas le vôtre.
- 04** N'affichez rien qui sort de votre domaine d'autorité et d'expertise.
- 05** Affichez du contenu approprié pour les membres de tous âges de la communauté.
- 06** N'indiquez aucun renseignement identificatoire qui peut être utilisé pour trouver quelqu'un hors ligne.
- 07** Observez les conditions de service des plateformes de médias sociaux que vous utilisez.
- 08** Ne publiez pas d'image de personnes identifiables sans avoir obtenu leur permission au préalable.
- 09** Observez la politique relative à la licence de la marque de l'Université lorsque vous employez des logos et des illustrations, et conformez-vous aux [lignes directrices concernant l'identité visuelle](#).
- 10** Ne faites pas courir de risque à l'Université en affichant des renseignements sur des zones et des installations à accès réservé.

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

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 potentiels.*

- 01** 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.
- 02** 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.
- 03** Agissez de manière transparente. Indiquez votre affiliation avec la Laurentienne et ne prétendez pas être quelqu'un que vous n'êtes pas.
- 04** Engagez-vous. Consacrez le temps et la passion nécessaires à vos activités dans les médias sociaux et ne restez pas silencieux trop longtemps.
- 05** Faites la conversation. Dialoguez avec la communauté; évitez d'afficher des messages unidirectionnels et de vous désengager de thèmes pertinents.
- 06** Soyez authentique. Parlez à la première personne du singulier et adressez-vous aux gens par leur nom en laissant votre personnalité transparaître.
- 07** Mettez sur l'exactitude. Vérifiez tous les renseignements que vous fournissez et corrigez toute erreur rapidement et visiblement.
- 08** Rendez-vous utile. Fournissez des renseignements utiles et appréciables; n'affichez pas de message d'autopromotion.
- 09** 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.
- 10** 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.

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; nous répondons complètement aux questions;
- passionnés, 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 accomplissements;
- superflus, des participants sans but;
- dédaigneux en refusant les autres points de vue.

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 dans 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	Étape 2	Étape 3
Lisez le message/commentaire	Évaluez le message en tenant compte de la source, de son influence et du moment	Agissez
Positif	Le commentaire est-il utile ou apporte-t-il un complément à votre sujet?	Remerciez l'auteur du commentaire et envisagez de l'afficher de nouveau ou de le retransmettre sur Twitter
Négatif	Le commentaire négatif est-il offensant ou inapproprié?	Supprimez-le immédiatement. Si le comportement persiste, demandez poliment à l'utilisateur d'arrêter ou bloquez-le.
	S'agit-il d'une plainte d'un client?	Communiquez directement avec lui pour résoudre le problème.
	Le commentaire négatif est-il inexact?	Répondez en fournissant des renseignements factuels.
	Le message est-il du radotage, ridicule ou de la rage?	Ne faites rien. Laissez vos partisans vous défendre. Supprimez le message uniquement s'il est inapproprié.



## Que contient un message approprié?

Même si la majorité des commentaires des utilisateurs reflètent une communauté active et intéressante, ce n'est pas le cas de certains. Les actions ci-dessous devraient être considérées inappropriées et vous devriez supprimer les commentaires qui :

- 01** contiennent des profanités et des propos injurieux;
- 02** incluent une attaque personnelle;
- 03** harcèlent ou embarrassent d'autres membres;
- 04** enfreignent la loi sur le droit d'auteur ou une politique de l'Université;
- 05** annoncent un service commercial particulier;
- 06** incluent une menace de violence;
- 07** ne conviennent pas à tous les âges;
- 08** encouragent l'intolérance envers un groupe en particulier;
- 09** sont inclus de nombreuses fois dans un seul fil de conversation;
- 10** induisent sciemment d'autres membres en erreur.

Quand un utilisateur affiche fréquemment des messages inappropriés, envisagez de lui envoyer un avertissement. S'il persiste, il faudrait le bannir ou le bloquer de votre page ou de votre groupe.

## Recommandations particulières pour les plateformes

Voici un aperçu des six plateformes populaires de médias sociaux et quelques conseils pour les utiliser au mieux.

### Facebook

Facebook est le site Web de réseautage social le plus populaire dans le monde. Il permet à ses membres d'ajouter des gens à titre d'amis, de devenir partisans de sociétés et de partager des mises à jour, du contenu et des activités.

- Identité : Déterminez le type de page qui concorde le plus avec vos objectifs. [Cliquez ici](#) pour voir vos options. 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 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

Instagram est l'un des sites de réseautage social les plus engageants. Il permet de manifester son appréciation et de partager des images et de courtes vidéos.

- 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](#).

Étiquette : Invitez les commentaires et la participation de vos partisans. [Utilisez de courtes descriptions des images et des mots-clés](#) pour décrire les sujets auxquels votre image est liée. Les hyperliens n'apparaissent pas dans Instagram.

SUITE...

## Twitter

Twitter est un service populaire de réseautage social et de micro-blogage qui permet de communiquer de brèves informations (appelées gazouillis) de manière largement publique.

- Identité : Créez un compte Twitter, nommez-le selon les conventions de la Laurentienne, et utilisez comme fond une image de la Laurentienne provenant d'[Instagram](#) ou de notre [site Web](#).
- Contenu : Créez un calendrier de gazouillis, 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 privés sur des sujets privés ou délicats, retransmettez (RT) le contenu pertinent et appréciable d'autres, 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-clics](#) pertinents ou uniques.
- Réseautage : Ajoutez des liens avec d'autres canaux de marketing et réseaux sociaux, faites une recherche dans Twitter pour trouver des personnes qui s'intéressent à votre sujet et suivez-les, remplissez un profil en utilisant des mots-clés, évitez les messages directs.

## 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.

- 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.

## Snapchat

Comme Instagram, Snapchat est une plateforme visuelle qui laisse une certaine liberté de création grâce à des filtres et des récits. Utilisez [des récits de Snapchat](#) pour discuter avec des suiveurs et vous amuser dans votre cercle.

- Identité : Créez un compte Snapchat selon les conventions de dénomination de la Laurentienne. L'image de votre profil sera une autophoto assortie de l'icône Snapchat.
- Contenu : Soyez spontané. Snapchat est plus décontracté qu'Instagram et plaît aux jeunes en raison de sa nature naïve et amusante.
- Pour établir des liens avec tous vos suiveurs, affichez des [histoires Snapchat](#).

## YouTube

Notre service peut vous aider à créer de courtes vidéos pour promouvoir vos services et publier des témoignages. Elles apportent de l'attrait à votre page Web de la Laurentienne, mais aussi du contenu pour les médias sociaux. La plupart des vidéos sont hébergées dans le [canal officiel YouTube](#) de l'Université, mais vous pourriez avoir votre propre canal si vous avez assez de contenu.