FORMATION AUX RÉSEAUX SOCIAUX



Service de Communication Formation du 23 & 24 octobre 2023

Découvrez dans ce dossier des astuces et des conseils pour améliorer la Page Facebook-Instagram de votre paroisse, doyenné, pastorale... → Un <u>résumé</u> des conseils est à retrouver en fin de document

Les Réseaux Sociaux

Pour être un pro

Charte graphique

Une charte graphique est un document qui contient toutes les règles d'utilisation des éléments graphiques d'une entreprise/association (codes couleurs, typographies, logo...). Elle doit être prise en compte sur tous les supports de communication et permettre à **l'identité visuelle** de garder une certaine cohérence.

<u>Logo</u>

Le logo est un point d'identification ; c'est le symbole qui permet aux paroissiens de reconnaître ta paroisse/UP/association. Idéalement, tu voudrais que les gens **associent instantanément** la vue de ton logo à la mémoire de ce que paroisse/UP/association fait, et, plus important encore, à l'impression qu'elle leur donne.

Inviter des amis et des fans

Invite tes amis avec ton compte personnel à aimer ta page

<	Paramètres de la Page		
ഗ്	J'aime déjà		
!	Signaler profil		
$\overset{\circ}{\Box}$	Bloquer		
Q	Rechercher		
$\overline{+}$	Inviter des amis		
5	Suivi(e)		
Lier Lien p	n vers la Page de Diocèse de Namur personnalisé de Diocèse de Namur sur Facebook.		
https://www.facebook.com/catholique.namur			

Copier lien

Bon format

Canva vous mettra automatiquement le bon format selon votre canal.

Le canal en lui-même rognera la photo pour qu'elle soit aux bonnes dimensions.

Si vous n'avez pas le temps de créer deux visuels différents pour Facebook et Instagram, optez pour le format carré 1:1 d'Instagram.

La photo de couverture Facebook fait une largeur de 820 pixels sur une hauteur de 312 pixels sur les ordinateurs de bureau. Toutefois, sur l'application, les utilisateurs la verront large de 640 pixels et haute de 360 pixels. Pour créer de jolis banners, utilisez aussi Canva ; les dimensions seront toujours bonnes.



Proportions

Image pro

Si vous téléchargez une image sur Internet faites attention au droit d'auteur libre. Il existe des banques d'images où l'on peut télécharger en toute légalité comme Pixabay, Cathopic, etc.

Le plus simple encore est de choisir directement vos photos sur Canva (la version pro de Canva offre beaucoup de choix).

Pour rester pro, n'oubliez pas de bien cadrer vos photos et de maximiser la netteté. Evitez les photos floues. Préférez les photos verticales aux photos horizontales (les algorithmes préfèrent les visuels carrés et verticaux !). Gardez aussi en tête que votre publication sera surtout vue sur des téléphones, et non sur des ordinateurs.

Programmation

3 possibilités s'offrent à vous pour la programmation de vos publications et stories.

Programmer ses contenus permet de publier régulièrement, même lorsque vous n'êtes pas en mesure de le faire en temps réel, ce qui peut aider à maintenir l'engagement de votre public. Trois options :

- Meta Business Suite
- Canva Pro dans « planifier »

- Directement via Instagram/Facebook « Paramètres avancés » puis « programmer cette publication »

	СС	+ ш	个 Partager			
Partager ce design						
Personnes disposant de l'accès Modifier						
Ajoutez des personnes, des groupes ou votre équipe						
+ 00						
Lien de collaboration						
Quiconque ayant le li v Peut modifier v						
Copier le lien						
Ø			ଡ଼			
Instagram	Modèle de marque	Planifier	Lien (lecture seule)			

-							
Programmer une publication ×							
Programmez votre publication au moment où votre audience est la plus active, ou sélectionnez manuellement une date et une heure.							
() Facebook							
🕀 20 octobre 2023		① 10:00 AM					
Moments où votre audience est la plus active 🚯							
Aujourd'hui, 1 9/10 19:00	Demain, 19:00	20/10	Sa 19:	Sam, 21/10 19:00			
		An	nuler	Enregistrer			



Programmer la publication

Jeu. 19 oct.		
Ven. 20 oct.		
Aujourd'hui	14	20
Dim. 22 oct.	15	25
Lun. 23 oct.	16	30
Mar. 24 oct.		

Calendrier de publication

Un calendrier éditorial ou calendrier de contenu organise par date de publication l'ensemble des contenus à produire. Par exemple, les fêtes, les saints, les journées mondiales, versets, événements... Lorsque vous publiez du contenu, vérifiez bien que vous êtes sur le « Profil Page » et non sur le « Profil individu privé ».

Public cible

Savoir qui est votre public cible est essentiel, car cela vous permet de **créer des contenus adaptés** à leurs besoins, leurs intérêts et leurs questions. Vous pouvez utiliser des outils de

ciblage sur Facebook et Instagram pour atteindre des groupes démographiques spécifiques, comme l'âge, le lieu, le sexe, les centres d'intérêt, etc.







Cela vous permet de diffuser des messages pertinents aux bonnes personnes, que ce soit pour promouvoir des événements de l'église, partager des messages spirituels, ou même solliciter des dons. En comprenant et en définissant clairement votre public cible, vous pouvez maximiser l'impact de votre présence sur les réseaux sociaux et mieux connecter avec les membres de votre communauté. Vérifiez donc dans vos statistiques qui vous suit : davantage des hommes ou des femmes ? de quel âge ? et dans quelles villes ? Vérifiez aussi quels jours et quelles heures fonctionnent le mieux. Quand vos abonnés sont-ils en ligne ? Ceci a son importance pour les algorithmes ; au + de likes et partages vous avez dès la mise en ligne de votre post, au + Facebook/Instagram proposera votre contenu sur d'autres murs, chez d'autres personnes ! La rapidité de réaction des internautes influence donc la visibilité de votre post.

Call to action

Un bouton "Call to Action" (CTA) sur Facebook et Instagram est un élément interactif souvent présent sur les pages de profil d'entreprise ou dans les publicités. Il incite les visiteurs à effectuer une **action** spécifique, comme "Acheter maintenant", "Inscrivez-vous", "Appeler", "Envoyer un message" ou "En savoir plus".

Le CTA est un moyen de guider les utilisateurs vers un **objectif** précis, comme acheter un produit, s'abonner à une newsletter, ou prendre contact avec l'organisateur. Il rend l'interaction plus facile pour les visiteurs et permet aux entreprises de mieux mesurer l'efficacité de leurs campagnes publicitaires et de leurs pages de réseaux sociaux. En résumé, un bouton CTA est un outil essentiel pour encourager l'engagement et la conversion des utilisateurs sur Facebook et Instagram. Le Gestionnaire de publicités Meta vous permet d'ajouter un bouton call-to-action à vos publicités pour encourager les internautes qui les voient à effectuer une action allant dans le sens de votre objectif.

Créer événement

Créer des événements sur Instagram et Facebook peut être un excellent moyen de **rassembler** votre communauté paroissiale et

d'informer les fidèles des prochaines activités. Voici comment vous pouvez le faire :

Sur Facebook :

1. Se connecter : assurez-vous d'être connecté à votre compte Facebook, puis accédez à la page de votre paroisse.

2. Cliquez sur "Événement" : sur la page de votre paroisse, recherchez l'option "Événement" dans le menu situé sous la photo de couverture.

3. Remplissez les détails : vous pouvez maintenant créer un nouvel événement. Ajoutez un nom, une description, la date, l'heure, et l'emplacement de l'événement. Vous pouvez même ajouter une photo de couverture pour le rendre attrayant.

4. Personnalisez les paramètres : vous pouvez décider qui peut voir l'événement et qui peut y participer. Assurez-vous de choisir les paramètres appropriés pour votre paroisse.

5. Publier : une fois que tout est prêt, cliquez sur "Publier". L'événement sera maintenant visible sur la page de votre paroisse et dans le fil d'actualité de vos abonnés.

Sur Instagram :

1. Se connecter : assurez-vous d'être connecté à votre compte Instagram.

2. Accédez à votre profil : cliquez sur votre photo de profil en bas à droite de l'application.

3. Cliquez sur "Ajouter un événement" : cela vous permettra de créer un nouvel événement.



4. Remplissez les détails : ajoutez le nom de l'événement, la date, l'heure, et un petit descriptif. Vous pouvez également ajouter une photo représentative.

5. Lieu : vous pouvez lier l'emplacement de l'événement à un endroit sur Instagram, ce qui peut aider les participants à trouver l'événement plus facilement.

6. Options de partage : vous pouvez choisir de partager l'événement dans votre story, ce qui est un excellent moyen de le promouvoir.

7. Publier : cliquez sur "Publier". Votre événement sera désormais visible sur votre profil et dans les stories si vous l'avez partagé.

N'oubliez pas de promouvoir vos événements en publiant régulièrement à leur sujet, d'inviter vos abonnés à y participer et d'encourager le partage. Créer des événements sur ces plateformes sociales peut renforcer la communauté de votre paroisse et informer les fidèles des activités à venir. Les réseaux sociaux :



Les Stories

Une "story" sur les médias sociaux est un outil précieux pour les paroisses qui cherchent à communiquer de manière **interactive**. Imaginez-le comme une fenêtre temporaire dans le monde de votre paroisse, conçue pour partager des **moments éphémères et captivants** avec votre communauté en ligne.

Les stories servent à plusieurs fins importantes :

1. Partager des Instantanés : vous pouvez utiliser une story pour partager des moments fugaces de votre paroisse. Que ce soit une vue magnifique de l'église, des coulisses d'un événement spécial, ou des messages inspirants, les stories permettent de montrer ce qui se passe en temps réel.

2. Engager la Communauté : les stories sont interactives. Vous pouvez poser des questions, organiser des sondages, ou inciter les fidèles à participer en partageant leurs propres expériences. Cela encourage l'engagement de la communauté.

3. Promotion d'Événements : les stories sont idéales pour promouvoir rapidement des événements à venir. Vous pouvez utiliser des vidéos, des images et du texte pour rappeler à la communauté les dates importantes.

4. Humaniser la Paroisse : les stories permettent de montrer le côté humain de votre paroisse. Partagez des photos des membres, des pasteurs, ou des acteurs impliqués dans les activités de la paroisse. Cela crée une connexion personnelle. Les gens aiment aussi voir comment cela se passe dans les coulisses !

5. Visibilité Temporaire : les stories disparaissent généralement après 24 heures, ce qui crée un sentiment d'urgence et d'exclusivité. Cela incite les fidèles à consulter régulièrement vos mises à jour. Les stories se placent tout en haut de leur mur (écran).

Rappelez-vous que les stories sont un moyen **amusant**, engageant et éphémère de partager la vie de la paroisse/pastorale sur les médias sociaux. Elles sont idéales pour communiquer **rapidement**, créer du lien avec la communauté et informer sur les événements. N'ayez pas peur d'être créatifs et authentiques dans vos stories, car elles sont un excellent moyen de renforcer la présence en ligne de votre organisation.

9:41	9:41
Q Search	A FLEMON.COM
LOCATION MENTION HHASHTAG	@ LITTLEEL
₽POLL @LINK	
IN MUSIC QUESTIONS ODDINATION	
1127 60°F	Your Starre To 5



< Paramètres	Stories				
personnes.					
Autoriser les messages					
Tout le monde					
Personnes que vous suive	Z				
Non					
Choisissez qui peut répondre à v	otre story.				
Autoriser le partage					
Autorisez les personnes à partag de messages.	er votre story sous forme				
Enreg. photos partagées					
Enregistrez automatiquement les photos et vidéos sur votre téléphone lorsque vous les ajoutez à votre story.					
Partager votre story sur Facebook					
Publiez automatiquement des photos et des vidéos de votre story dans votre story Facebook.					
☆ Q +	\bigcirc				

A quoi servent les RS ?

Les réseaux sociaux sont des outils puissants pour les paroisses :

1. Communication avec la Communauté : les réseaux sociaux permettent aux paroisses de communiquer facilement avec leurs membres et de tenir la communauté informée des actualités, des événements, des enseignements et des messages importants.

2. Évangélisation : les médias sociaux offrent une plateforme pour partager la foi, les enseignements religieux et les messages spirituels avec un public plus large. Les paroisses peuvent toucher de nouvelles personnes et inspirer la foi.

3. Engagement de la Communauté : les réseaux sociaux encouragent l'interaction et l'engagement de la communauté. Les paroisses peuvent organiser des discussions, des groupes de prière en ligne, des sessions de questions-réponses, et solliciter des commentaires pour renforcer la relation entre les membres.

4. Promotion d'Événements : les plateformes sociales permettent de promouvoir efficacement les événements de la paroisse, comme les services religieux, les retraites, les activités caritatives et les festivals, concerts, expos. Les paroisses peuvent atteindre un public plus large grâce à la diffusion en ligne.

5. Partage d'Inspirations : les réseaux sociaux sont idéaux pour partager des citations, des réflexions inspirantes, des témoignages de foi et des enseignements spirituels qui peuvent toucher et inspirer les fidèles.

6. Collecte de Dons et de Fonds : les paroisses peuvent utiliser les médias sociaux pour solliciter des dons, soutenir des projets caritatifs et collecter des fonds pour des besoins spécifiques de la communauté.

7. Soutien en Temps de Crise : en cas de crise, les réseaux sociaux offrent un moyen rapide de communiquer avec les membres et de coordonner l'aide, la prière et le soutien.

8. Éducation et Formation : les plateformes sociales peuvent être utilisées pour diffuser des enseignements religieux, des séminaires en ligne, des cours de catéchèse et d'autres formes d'éducation religieuse.

9. Création de Communauté en Ligne : les réseaux sociaux permettent aux membres de la paroisse de rester connectés, même en-dehors des événements en personne. Cela favorise un sentiment de communauté continu. Ainsi, on reste en contact même en-dehors des célébrations dominicales.

En résumé, les réseaux sociaux sont un outil essentiel pour renforcer la communication, l'engagement et la visibilité des paroisses, en aidant à partager la foi, à inspirer la communauté et à soutenir les activités religieuses et caritatives.

Les Stratégies

Les stratégies de médias sociaux pour les paroisses peuvent varier en fonction des objectifs spécifiques de chaque paroisse et de sa communauté. Cependant, voici quelques stratégies de base que les paroisses peuvent envisager d'adopter sur les réseaux sociaux :

1. **Définir des Objectifs Clairs** : Identifiez les objectifs spécifiques que vous souhaitez atteindre avec vos médias sociaux. Cela pourrait inclure l'augmentation de la participation à des événements, l'engagement de la communauté, l'évangélisation ou la collecte de fonds.

2. **Connaître Votre Public** : Comprenez votre audience. Quels sont les besoins, les intérêts et les préoccupations de vos membres et du public que vous essayez d'atteindre ?

3. **Sélectionner les Plateformes Appropriées** : Choisissez les plateformes de médias sociaux qui conviennent le mieux à votre paroisse et à votre public. Facebook, Instagram et Twitter sont couramment utilisés, mais n'hésitez pas à explorer d'autres options si elles correspondent à votre communauté.

4. **Contenu de Qualité** : Créez un contenu de qualité qui est informatif, inspirant et engageant. Partagez des enseignements religieux, des témoignages, des photos et des vidéos de vos activités. Utilisez des visuels beaux, contemporains, nets.

5. **Calendrier de Publication Régulier** : Établissez un calendrier de publication régulier pour maintenir la cohérence. Cela peut aider à fidéliser votre audience.

6. **Interagir avec la Communauté** : Répondez aux commentaires, aux messages directs/privés et aux questions de votre communauté. L'interaction renforce les liens et montre que vous êtes à l'écoute.

7. **Utiliser des Hashtags Pertinents** : Utilisez des hashtags liés à votre paroisse et à vos sujets pour augmenter la visibilité de vos publications. Les hashtags sont surtout très importants sur Instagram (moins sur Facebook). Ils fonctionnent un peu comme des moteurs de recherche auxquels les gens s'abonnent. Une personne qui suit le hashtag « Dieu » verra sans doute votre publication si vous avez mis #dieu dans votre description. Conseils : utilisez le hashtag de votre localité/commune afin de toucher les habitants de votre région.

8. **Promouvoir les Événements** : Utilisez les médias sociaux pour promouvoir vos services religieux, événements, activités caritatives et retraites.

9. **Raconter des Histoires** : Les récits personnels et les témoignages ont un impact puissant. Partagez des histoires de membres de la paroisse ou de personnes ayant été touchées par votre communauté.

10. **Utiliser la Publicité Payante** : Les publicités payantes sur les réseaux sociaux peuvent aider à atteindre un public plus large et à cibler des personnes spécifiques en fonction de leurs intérêts. Ce sont les boosts. Attention : si vous utilisez un boost payant, veillez à bien noter la région souhaitée (aucun intérêt d'être vu par des chrétiens des USA p.ex.).

11. **Analyser et Ajuster** : Utilisez les outils d'analyse fournis par les plateformes de médias sociaux pour évaluer les performances de vos publications. Ajustez votre stratégie en fonction des résultats.

12. **Collaborations et Partenariats** : Collaborez avec d'autres paroisses, organisations caritatives ou groupes religieux pour élargir votre portée. Likez les pages similaires, et ils vous likeront en retour.

LES DIX « ÊTRES » POUR RENDRE VOS POSTS EFFICACES



CHECKLIST de l'image de marque

STRATÉGIE

- Vous connaissez votre vision
 - Vous connaissez votre cible
- Vous avez défini un positionnement
- Vous avez des valeurs de marque
 - Vous connaissez le message que vous souhaitez communiquer
- Vous avez défini vos objectifs

IDENTITÉ VISUELLE

- Vous avez un logo principal
- Vous avez des déclinaisons de ce logo
- Vous avez une palette de couleurs
- Vous avez défini le choix des typographies
- Vous avez des cartes de visite

RÉSEAUX SOCIAUX

- Vous avez défini une stratégie
- Vous êtes présent régulièrement
 - Vos visuels sont cohérents avec votre identité visuelle

SITE INTERNET _

- Vous avez un site internet
- Vous avez un nom de domaine personnalisé
- Votre site est responsive
 - VAMERA-STUDIO.COM

13. **Formation et Sensibilisation** : Assurez-vous que les membres de la paroisse responsables des médias sociaux sont formés et conscients des meilleures pratiques. Suivez les tendances, ayez l'œil pour utiliser des styles, des couleurs, des motifs qui sont à la mode.

En fin de compte, une stratégie de médias sociaux réussie pour une paroisse implique l'établissement de relations authentiques avec la communauté en ligne, le partage de la foi et des valeurs, et la promotion de l'unité et de l'engagement au sein de la paroisse.

Les influenceurs

Les influenceurs chrétiens sur les réseaux sociaux jouent un rôle significatif dans la diffusion de la foi et des valeurs chrétiennes à un public plus large. Leur rôle et leurs objectifs varient, mais voici quelques fonctions clés qu'ils remplissent :

1. **Évangélisation** : Les influenceurs chrétiens utilisent les médias sociaux pour partager l'Évangile, les enseignements bibliques et les messages de foi. Ils atteignent un public varié, y compris des personnes qui pourraient ne pas avoir été exposées à la foi chrétienne autrement. Attention néanmoins : les protestants sont très actifs sur internet ; si vous souhaitez partager du contenu sur une page dite catholique, faites attention au contenu.

2. **Inspirer et Encourager** : Ils offrent de l'inspiration, de l'espoir et des encouragements à leur public en partageant des réflexions spirituelles, des témoignages personnels et des enseignements bibliques. Ils aident les gens à renforcer leur foi et à surmonter les défis de la vie.

3. **Éducation Religieuse** : Les influenceurs chrétiens peuvent fournir des informations et une éducation religieuse aux personnes qui cherchent à en savoir plus sur la foi chrétienne. Ils répondent souvent aux questions religieuses et offrent des ressources d'apprentissage.

4. **Créer une Communauté en Ligne** : Ils rassemblent des personnes partageant les mêmes croyances pour former une communauté en ligne où les membres peuvent se soutenir mutuellement, prier les uns pour les autres et partager des expériences spirituelles.

5. **Promouvoir des Valeurs Chrétiennes** : Les influenceurs chrétiens sont souvent porteurs de valeurs chrétiennes telles que l'amour, la compassion, la charité, la justice sociale, et l'unité. Ils encouragent leur public à vivre ces valeurs au quotidien.

6. **Soutien Emotionnel** : Ils offrent un soutien émotionnel en partageant des messages de réconfort et d'encouragement, en priant pour ceux qui en ont besoin et en créant un espace où les gens se sentent compris et soutenus.

7. **Plaidoyer pour des Causes Caritatives** : Certains influenceurs chrétiens s'impliquent activement dans des œuvres caritatives et utilisent leur plateforme pour sensibiliser aux besoins des plus démunis et mobiliser des ressources pour des causes charitables.

8. **Démontrer une Foi Active** : Ils montrent au monde que la foi chrétienne n'est pas simplement une croyance, mais aussi une force motrice pour l'action positive dans la société.

En résumé, les influenceurs chrétiens sur les réseaux sociaux servent à répandre la foi, à inspirer, à éduquer, à soutenir et à défendre des valeurs chrétiennes. Ils contribuent à créer une présence chrétienne en ligne qui peut toucher et influencer un large public.

Exemples d'influenceurs chrétiens catholiques/protestants :

- Sœur Albertine
- Père Gaspard
- Père Matthieu

- Frère Paul-Adrien
- SavoirChrétien
- Cospiel TV
- AMEN

On peut **partager** sans soucis juridiques ? Oui, c'est d'ailleurs le but des réseaux sociaux ! Partagez sans aucun souci des publications de KTO, CathoBel, Vatican News, EgliseInfo, etc.: on ne vous réclamera aucun droit à l'image, au contraire, ils seront très contents !

Course aux likes

Pour augmenter le nombre de "**likes**" sur la page de votre paroisse sur les réseaux sociaux, voici quelques stratégies à considérer :

1. **Contenu de Qualité** : Publiez régulièrement un contenu de qualité qui intéresse et engage votre public. Cela peut inclure des enseignements, des témoignages, des réflexions spirituelles, des photos d'événements et des messages inspirants.

2. **Interaction avec la Communauté** : Répondez aux commentaires, aux messages directs et aux questions de votre communauté. L'interaction renforce les liens et encourage les gens à aimer votre page.

3. **Utilisation d'Images et de Vidéos** : Les images et les vidéos attirent l'attention.Utilisez-les pour partager visuellement votre message et montrer la vie de votre paroisse.Un message doit toujours être accompagné d'un visuel (pour faire plaisir aux algorithmes). Utilisez des visuels beaux, nets, bien construits. Préférez des photos carrées ou horizontales.

4. **Promotion des Événements** : Utilisez les médias sociaux pour promouvoir vos événements, vos services religieux et vos activités. Créez des événements Facebook pour permettre aux gens de s'inscrire et de montrer leur intérêt.

5. **Partage des Témoignages** : Les témoignages personnels de membres de la paroisse peuvent être puissants. Encouragez-les à partager leurs histoires de foi.

6. **Utilisation de Hashtags** : Utilisez des hashtags pertinents pour que vos publications soient plus faciles à trouver par ceux qui s'intéressent à votre domaine.

7. **Collaborations avec d'autres Paroisses ou Groupes Religieux** : Travailler avec d'autres paroisses ou groupes religieux sur des projets communs ou des initiatives de sensibilisation peut aider à atteindre un public plus large.

8. **Publicité Ciblée** : Si le budget le permet, envisagez d'utiliser la publicité payante sur les réseaux sociaux pour atteindre un public spécifique qui serait intéressé par votre paroisse.

9. **Partage Consistant** : Établissez un calendrier de publication régulier pour maintenir la cohérence. Les gens sont plus susceptibles de "liker" une page active.

10. **Création d'une Campagne de Sensibilisation** : Organisez une campagne de sensibilisation ou une série de publications thématiques pour attirer l'attention sur des sujets importants pour votre paroisse.

11. **Création d'un Site Web Lié** : Avoir un site web de paroisse lié à votre page de médias sociaux peut diriger davantage de personnes vers votre page. Créez du trafic de votre réseau social vers votre site web ; invitez vos abonnés à aller voir votre site.

12. **Événements en Ligne** : Organisez des événements en ligne, tels que des diffusions en direct de vos services religieux, des séminaires en ligne ou des groupes de discussion.

13. **Demandez aux Membres de la Paroisse de Partager** : Encouragez les membres de votre paroisse à partager le contenu de votre page avec leurs amis et leur famille. Le partage permet d'avoir vraiment beaucoup de visibilité : les algorithmes pensent alors que c'est un « post à succès » et ira donc le suggérer à davantage de personnes.

14. **Utilisation des Stories** : Utilisez les stories sur des plateformes comme Instagram et Facebook pour partager des instantanés de la vie de la paroisse. Pour garder une story + que 24h en ligne, vous pouvez l'épingler comme « story à la une » ; elle restera alors plus longtemps.

15. **Analyse et Ajustement** : Utilisez les outils d'analyse des médias sociaux pour évaluer ce qui fonctionne et ajustez votre stratégie en conséquence.

Il est important de se rappeler que la croissance de la page prend du temps. Soyez authentique, engageant et persévérant dans votre approche pour développer une communauté en ligne solide autour de votre paroisse. Il faut de la patience et de la persévérance avant d'avoir un « grand public ».

Les Algorithmes

Les algorithmes sur les réseaux sociaux peuvent sembler compliqués, mais ils sont essentiels pour comprendre comment fonctionne la visibilité de votre page de paroisse en ligne. Imaginez-les comme des **assistants invisibles qui trient et organisent les publications** que les utilisateurs voient sur leur fil d'actualité. Au + votre publication va récolter des réactions (likes, partages, commentaires), au + celui-ci va paraître aux algorithmes comme intéressant à suggérer ailleurs.

Ces 'assistants 'prennent en compte plusieurs facteurs pour décider quels contenus montrer aux utilisateurs. Voici quelques-uns de ces facteurs :

1. Engagement : Les publications qui suscitent des réactions, des commentaires et des partages ont plus de chances d'être mises en avant. Encouragez votre communauté à **interagir** avec vos publications. Likez, commentez, partagez !

2. Pertinence : Les algorithmes cherchent à afficher des contenus pertinents pour chaque utilisateur en fonction de leurs intérêts. Assurez-vous de publier des messages qui résonnent avec votre public paroissial. Vérifiez dans vos **statistiques** qui vous suit réellement.

3. Fréquence : Plus vous publiez **régulièrement**, plus vos publications ont de chances d'apparaître dans les fils d'actualité de vos abonnés. Établissez un calendrier de publication cohérent. Publiez quand vos abonnés sont en ligne, vous aurez alors directement des réactions ; vérifiez les jours et les heures où vos abonnés sont derrière leur écran.

4. Type de Contenu : Les photos, les vidéos et les liens vers des articles peuvent être privilégiés. Utilisez divers styles pour maintenir l'engagement ; faites des rappels avec des angles différents. Utilisez des **formats** qui fonctionnent sur Smartphone (évitez les photos horizontales).

5. Interaction Personnelle : Les publications de comptes avec lesquels un utilisateur interagit fréquemment sont favorisées. Impliquez-vous dans les commentaires et les messages directs.

6. Temps : Les publications récentes sont plus susceptibles d'apparaître en haut du fil d'actualité. Pensez à la programmation de vos publications pour les moments où votre public est le plus actif. Vérifiez quand votre **public** est en ligne ; quel jour, quelle heure ? Programmez à ces heures-là pour avoir + de chance d'être vu/commenté/liké/partagé.

Les algorithmes peuvent sembler mystérieux, mais en restant authentique, en créant du contenu engageant et en encourageant l'interaction, vous pouvez travailler avec eux pour renforcer la présence en ligne de votre paroisse. Souvenez-vous que **la qualité prime sur la quantité**, et que

l'objectif est de partager votre message spirituel de manière significative avec votre communauté en ligne.

Tableau de bord

Le tableau de bord sur Facebook et les outils d'analyse pour les performances sont des ressources essentielles pour les débutants qui gèrent des pages de paroisses/pastorales sur cette plateforme. Oser cliquer sur Meta Business Suite ! Voici ce qu'ils sont et à quoi ils servent :

Tableau de Bord Facebook :

Le tableau de bord est la première chose que vous voyez lorsque vous vous connectez à la page de votre paroisse sur Facebook. Il offre un aperçu instantané de l'activité de votre page. Voici ce qu'il contient généralement :

1. **Statistiques de Base** : Le nombre de "likes" (j'aime) de votre page, le nombre de "followers" (abonnés) et les mentions "J'aime", "Suivre" et "Partager".

2. **Activités Récentes** : Les dernières publications, commentaires et mentions "J'aime" sur votre page.

3. **Invitations** : Si des personnes ont été invitées à aimer votre page et les résultats de ces invitations. N'oubliez pas **d'inviter** à liker votre Page des personnes qui ont réagi à un post.

4. **Messages Récents** : Un aperçu des derniers messages privés que vous avez reçus.

5. **Notifications** : Les notifications liées à votre page, telles que les mentions de votre page ou les commentaires sur vos publications.Vous pouvez ici aussi inviter les gens qui ont liké un de vos posts, à venir liker votre Page.

Outils d'Analyse des Performances :

Les outils d'analyse, également connus sous le nom d'Insights sur Facebook, sont des ressources plus avancées pour évaluer la performance de votre page. Ils fournissent des données et des informations clés pour comprendre comment votre page fonctionne. Voici ce que vous pouvez y trouver :

1. **Vue d'Ensemble** : Vous obtenez un résumé complet de la performance de votre page, y compris le nombre de vues réelles, de mentions "J'aime" et de commentaires. Vous pouvez avoir « que 10 likes » mais quand-même avoir 225 « vues réelles » ; ne vous fiez pas aux likes : beaucoup de gens lisent des publications sans spécialement réagir dessus.

2. **Engagement** : Vous pouvez voir quelles publications suscitent le plus d'engagement (réactions, commentaires, partages) et quelles heures sont les plus actives. Des commentaires et smileys négatifs n'influenceront pas négativement votre publication. « Du bad buzz reste du buzz » : l'important c'est de susciter des réactions, même si parfois celle-ci sont tristes ou méchantes...

3. **Audience** : Vous découvrez des informations sur votre public, telles que son âge, son sexe, sa localisation et ses habitudes en ligne.

4. **Activité de la Page** : Vous pouvez suivre les mentions "J'aime", les abonnements et les désabonnements, ainsi que les recommandations.

5. **Contenu Populaire** : Vous identifiez les publications les plus populaires pour reproduire ce qui fonctionne.

6. **Historique** : Vous avez accès à des données historiques pour suivre la croissance de votre page. Vous pouvez sélectionner une période bien spécifique, par exemple : les 3 derniers mois,

l'année dernière, une date bien précise si vous souhaitez revoir une publication en particulier... Jouez avec l'agenda de votre historique pour remonter dans votre évolution et revoir ce qui a bien fonctionné à l'époque.

Les outils d'analyse sont précieux pour évaluer l'impact de votre page, comprendre votre audience et ajuster votre stratégie en conséquence. Ils vous aident à savoir quel contenu est le plus apprécié et à planifier vos publications pour maximiser l'engagement. En fin de compte, ces ressources vous permettent d'améliorer votre présence en ligne et de mieux communiquer avec votre communauté paroissiale sur Facebook.

CANVA

Qu'est ce que Canva?

Canva est un outil gratuit qui permet de créer de beaux visuels. La version payante offre plus de choix et de possibilités, mais la version gratuite permet déjà de créer des merveilles ! Pour la version payante (110€/an) : l'abonnement est remboursé pour les associations qui ont le statut **d'ASBL**.

1. Création Facile de Visuels : Canva vous permet de créer facilement des visuels attrayants, tels que des bannières, des publications pour les médias sociaux, des affiches, des flyers, des invitations, et bien plus encore.

2. Aucune Compétence en Conception Requise : Vous n'avez pas besoin d'être un graphiste professionnel pour utiliser Canva. Il propose des **modèles prédéfinis** avec des mises en page et des designs préconçus, ce qui facilite la création de visuels sans compétences techniques.

3. Personnalisation Simple : Vous pouvez personnaliser les modèles en modifiant le texte, les couleurs, les images, et d'autres éléments pour les adapter à votre paroisse. Vous pouvez aussi importer vos propres photos/logos dans vos créations.

4. Bibliothèque de Ressources : Canva offre une bibliothèque de ressources riches en images, icônes, formes, polices et autres éléments de conception que vous pouvez utiliser dans vos créations.

5. Tutoriels et Aide : Canva propose des tutoriels et des guides pour vous aider à apprendre à utiliser l'outil. Vous pouvez également obtenir de l'aide via la section d'assistance.

6. Collaboration en Ligne : Si vous travaillez en équipe sur la page de votre paroisse, Canva vous permet de collaborer en ligne, de partager des projets et de travailler ensemble sur la conception.

7. Modèles Gratuits et Payants : Canva propose une variété de modèles gratuits pour vous aider à commencer, ainsi que des modèles payants pour des designs plus élaborés.

8. Publication Facile : Une fois que vous avez terminé votre design, vous pouvez le télécharger et le partager en ligne, que ce soit sur votre page de paroisse, sur les médias sociaux ou par d'autres moyens. Conseil : téléchargez votre image au format JPG pour les illus à placer sur vos réseaux sociaux. Un visuel apprécié peut être enregistré et ensuite être publié dans des conversations Whatsapp.

Astuces Canva

Canva est un outil en ligne convivial pour la création de graphiques, de designs et de visuels. Voici quelques astuces et comment les utiliser :

1. Créer un Compte : Commencez par créer un compte Canva en utilisant votre adresse e-mail ou en vous connectant avec Google ou Facebook.

2. Choisir un Modèle : Canva propose une variété de modèles prédéfinis pour différents types de projets, tels que des publications sur les réseaux sociaux, des affiches, des invitations, etc. Choisissez un modèle en fonction de ce que vous voulez créer. Une fois le format choisi, choisissez ensuite un thème en mettant un mot-clé. Le mot « Noël » vous proposera des créations avec un look de Noël. Si vous avez du mal à trouver quelque chose qui vous plaît, essayer en utilisant des mots-clés en anglais.

3. Personnaliser le Modèle : Vous pouvez maintenant personnaliser le modèle en modifiant le texte, en remplaçant les images, en changeant les couleurs et en ajustant la mise en page. Cliquez sur un élément pour le modifier.

4. Ajouter du Texte : Pour ajouter du texte, cliquez sur l'icône "Texte" dans le menu de gauche. Sélectionnez un style de texte et cliquez sur votre design pour ajouter du texte. Vous pouvez également changer la police, la taille, la couleur, etc. Conseil : utilisez des couleurs qui sont en accord avec votre logo.

5. Importer des Images : Vous pouvez télécharger vos propres images ou utiliser des images de la bibliothèque de Canva. Cliquez sur "Éléments" dans le menu de gauche, puis sur "Photos" pour parcourir et insérer des images ou logos.

6. Utiliser des Formes et des Symboles : Canva propose une variété de formes et de symboles que vous pouvez ajouter à votre design. Cliquez sur "Éléments" et sélectionnez "Formes" ou "Symboles" pour les ajouter.

7. Fond Personnalisé : Pour modifier l'arrière-plan, cliquez sur la zone vide de votre design. Ensuite, vous pouvez choisir une couleur de fond ou télécharger une image de fond.

8. Dupliquer les Éléments : Si vous souhaitez réutiliser un élément, cliquez dessus, puis utilisez l'option "Dupliquer" dans le coin supérieur droit.

9. Alignement et Agencement : Utilisez les outils d'alignement et d'agencement pour organiser les éléments de manière précise. Cliquez sur les éléments, puis utilisez les options d'alignement en haut de l'écran.

10. Télécharger ou Partager : Une fois que vous avez terminé votre design, cliquez sur le bouton "Télécharger" pour enregistrer votre création sur votre ordinateur. Vous pouvez également utiliser l'option "Partager" pour collaborer avec d'autres ou publier en ligne.

11. Explorer les Tutoriels : Canva propose une section de tutoriels où vous pouvez apprendre des astuces avancées pour créer des designs plus complexes. Explorez cette section pour en savoir plus.

12. S'Entraîner avec des Modèles Gratuits : Canva propose une grande variété de modèles gratuits. Commencez par utiliser ces modèles pour vous familiariser avec l'outil avant d'explorer les modèles payants.

Canva est un outil puissant, mais il est également convivial pour les débutants. Avec un peu de pratique, vous pourrez créer des designs professionnels pour votre page de paroisse/pastorale, y compris des publications sur les réseaux sociaux, des bannières, des invitations et plus encore.

Défi Canva : un petit exercice !

Étape 1 : Créer un Compte Canva

1. Rendez-vous sur le site web de Canva (www.canva.com) et créez un compte en utilisant votre adresse e-mail.

Étape 2 : Accéder à Canva et Choisir un Modèle

2. Connectez-vous à votre compte Canva.

3. Dans la barre de recherche en haut, tapez "Messe de Noël" pour rechercher des modèles liés à Noël. Sélectionnez un modèle de Messe de Noël qui vous plaît en cliquant dessus.

Étape 3 : Personnaliser le Modèle

4. Une fois le modèle ouvert, commencez par modifier le texte. Cliquez sur le texte existant, supprimez-le, et ajoutez les détails de votre Messe de Noël, tels que la date, l'heure, le lieu, et toute autre information pertinente.

5. Vous pouvez également changer la police, la couleur du texte et la taille en utilisant les options dans la barre d'outils située en haut.

Étape 4 : Modifier les Images

6. Pour changer les images du modèle, cliquez sur l'image que vous souhaitez remplacer, puis sélectionnez l'option "Télécharger" pour télécharger votre propre image de Noël ou choisissez une image de la bibliothèque de Canva.

Étape 5 : Personnaliser la Couleur et le Fond

7. Pour personnaliser les couleurs du modèle, cliquez sur l'option "Couleurs" dans la barre d'outils. Vous pouvez choisir une palette de couleurs adaptée à votre paroisse.

8. Pour changer le fond, cliquez sur la zone vide de votre design. Vous pouvez choisir une couleur de fond ou télécharger une image de Noël appropriée.

Étape 6 : Télécharger le Visuel

9. Lorsque vous êtes satisfait du visuel de votre Messe de Noël, cliquez sur le bouton "Télécharger" en haut à droite. Sélectionnez le format de fichier souhaité (généralement, JPG ou PNG) et cliquez sur "Télécharger".

Étape 7 : Partager le Visuel

10. Vous pouvez maintenant partager le visuel de la Messe de Noël sur la page de votre paroisse sur les médias sociaux, sur votre site web ou en l'imprimant pour une distribution locale.

Et voilà ! Vous avez créé un visuel de Messe de Noël personnalisé pour votre paroisse en suivant ces étapes simples avec Canva. N'hésitez pas à explorer davantage les fonctionnalités de Canva pour ajouter des éléments supplémentaires à votre design, tels que des icônes, des bordures, ou des formes, si vous le souhaitez.

Lorsque vous créez un visuel, retenez cette règle d'or : 1/3 de texte, 1/3 de photo, 1/3 de vide (= aération) : ne placez donc pas trop de texte sur votre visuel, gardez les informations importantes : date, heure, lieu, contact, activité... Les informations détaillées pourront être placées en-dehors du visuel, dans la description du post.

Bonus :

Créez votre compte professionnel Instagram: Avant de vous publier vos contenus, assurez-vous d'utiliser un compte professionnel.

Heureusement, il est très facile de convertir un compte personnel en compte Business à partir de l'app Instagram.

Pour ce faire, rendez-vous dans les paramètres de profil Instagram et cliquez sur « Compte ». Scrollez vers le bas et cliquez sur « Changer de type de compte ». Vous avez le choix entre « passer à un compte professionnel » ou un « passer à un compte créateur ». Choisissez la première option ! Sachez aussi que pour convertir votre compte personnel en compte business, vous devrez le connecter à une Page Facebook pro. Après avoir cliqué sur « Passer au profil professionnel », suivez les quelques étapes et liez votre compte pro à votre Page Facebook.



Pourquoi synchroniser Instagram et Facebook ?

Lier ces deux réseaux sociaux présente plusieurs avantages : Tu peux dupliquer tes contenus Instagram sur Facebook. Tu gagnes du temps tout en augmentant ta visibilité. Tu as la possibilité

de mettre en place des campagnes de publicités sur Instagram quand tes deux comptes sont connectés. Comment associer un compte Instagram à votre Page Facebook ou l'en dissocier?

- Connectez-vous à Facebook, puis <u>accédez à</u> <u>la Page</u> que vous souhaitez associer à votre compte Instagram.
- 2. Depuis votre Page, cliquez sur Gérer.
- 3. Dans le menu de gauche, sous Tableau de bord professionnel, cliquez sur Comptes associés.

Pour associer un compte, cliquez sur Associer un compte. Saisissez le nom d'utilisateur et le mot de passe de votre compte Instagram, puis sélectionnez Se connecter.

Aime, partage, commente

Imaginez que les médias sociaux sont comme une grande église virtuelle. Pour que plus de personnes puissent entendre le message de votre paroisse, vous avez besoin de l'aide de votre communauté en ligne. Voici comment cela fonctionne :

1. 'Aimez ': C'est comme un signe de reconnaissance. Lorsque vous 'aimez 'un message de votre paroisse, cela montre que vous appréciez et soutenez ce qu'ils partagent. Plus il y a de 'j'aime', plus le message est visible : il sera suggéré à d'autres personnes.

2. 'Partagez ': Imaginez que vous partagez le message de votre paroisse comme vous le feriez avec une bonne nouvelle. En le partageant, vous permettez à vos amis et à leur communauté de le voir aussi. Le partage étend la portée du message.



3. 'Commentez ': Les commentaires sont comme des conversations. Lorsque vous commentez un message de votre paroisse, cela crée de l'interaction. Plus il y a de commentaires, plus les gens s'engagent avec le message. Et plus les algorithmes vous soutiendront.



En utilisant cette logique 'aime, partage, commente 'sur les médias sociaux, vous aidez votre paroisse/pastorale à toucher un public plus large et à répandre la bonne parole. C'est un moyen simple mais puissant de renforcer la visibilité de votre message spirituel en ligne. Facebook: le bouton «j'aime» partage désormais l'humeur.

En plus du bouton «J'aime», les utilisateurs de Facebook peuvent désormais afficher cinq autres réactions. Attention, même si vous mettez l'émoji fâché/triste, il sera comptabilisé comme un like (donc positif).

Voici un lien qui vous permettra d'avoir des smileys si votre appareil ne vous permet pas d'en avoir de base. -> https://fr.piliapp.com/facebook-symbols/. Possibilité de mettre une écriture différente pour attirer de le regard sur le titre. Utilisez des smileys attire le regard, mais veillez à ne pas en mettre trop pour ne pas paraître enfantin. Essayez aussi d'utiliser des « caractères élégants » pour changer du classique, pour parfois varier, pour mettre l'accent sur un événement important.

À quoi servent les Hashtags ?

Les hashtags sont des mots ou des phrases précédés du symbole dièse (#) qui servent à regrouper et à catégoriser les publications sur les réseaux sociaux. Pour une page de paroisse, les hashtags sont utiles de plusieurs manières :

1. Augmenter la Visibilité : Les hashtags permettent à vos publications d'être découvertes par des personnes intéressées par des sujets similaires, qu'il s'agisse de la foi, de la spiritualité, de la paroisse, ou de Noël.

2. Rejoindre des Conversations : En utilisant des hashtags pertinents, vous pouvez rejoindre des conversations en ligne en cours. Par exemple, un hashtag comme #Noël2023 vous connectera à d'autres publications liées à Noël cette année.

3. Organiser le Contenu : Les hashtags aident à organiser le contenu de votre page. Vous pouvez créer un hashtag spécifique pour votre paroisse, par exemple, #ParoisseSainteMarie, pour rassembler toutes les publications liées à votre communauté.

4. Thèmes Spécifiques : Vous pouvez utiliser des hashtags pour mettre en évidence des thèmes spécifiques, tels que #Paix, #Espoir, ou #ServiceCaritatif, qui sont importants pour votre paroisse.

9:41 Image: Control of the second of the s

Comment Choisir les Hashtags ?

1. Pertinence : Les hashtags que vous choisissez doivent être pertinents pour le contenu de votre publication. Par exemple, si vous partagez des informations sur la Messe de Noël, des hashtags comme #MesseDeNoël, #NoëlEnFamille, ou #CélébrationReligieuse sont appropriés.

2. Recherche : Effectuez une recherche sur les réseaux sociaux pour découvrir quels hashtags sont populaires dans votre domaine. Vous pouvez également utiliser des outils de recherche de hashtags pour trouver des suggestions.

3. Localisation : Si votre paroisse est située dans une région spécifique, envisagez d'utiliser des **hashtags locaux** pour attirer un public local. Par exemple, #VilleDeVotreParoisse.

4. Variété : Utilisez une variété de hashtags pour toucher différents publics. Incluez des hashtags spécifiques et des hashtags plus généraux.

5. Lisibilité : Assurez-vous que les hashtags sont lisibles. Évitez d'utiliser des hashtags trop longs ou complexes.

6. Suivez les Tendances : Si des événements ou des sujets spécifiques sont tendance, utilisez les hashtags pertinents pour rejoindre ces conversations.

7. Analysez les Performances : Sur les réseaux sociaux, suivez les performances de vos publications avec différents hashtags pour voir lesquels fonctionnent le mieux.

Les hashtags sont un excellent moyen d'élargir votre audience en ligne et de participer à des conversations pertinentes pour votre paroisse. En les choisissant soigneusement et en les utilisant avec parcimonie, vous pouvez améliorer la visibilité de votre page de paroisse sur les réseaux sociaux, surtout sur Instagram.

--> Il existe des applications « Générateur de hashtags » pour plus de faciliter à les choisir.

Le boost

Le "boost" sur les réseaux sociaux, souvent appelé "publicité payante", permet d'augmenter la visibilité de vos publications en atteignant un public plus large. Lorsque vous "boostez" une publication, vous choisissez un budget et une durée pour la promouvoir.

Le boost est utile pour :

1. Atteindre un Public Ciblé : Vous pouvez définir des critères spécifiques pour cibler les personnes qui verront votre publication, comme l'emplacement, l'âge, les intérêts, et même la religion. Cela vous permet d'atteindre ceux qui sont plus susceptibles d'être intéressés par votre paroisse. Spécifiez donc bien votre **région** lors de la création du boost, afin que votre post soit proposé à des habitants de votre région.

2. Promouvoir des Événements : Si vous avez une messe spéciale de Noël, un événement caritatif ou une retraite, le boost peut aider à informer un plus grand nombre de personnes de ces activités.

3. Collecter des Dons : Si vous cherchez à collecter des dons pour des œuvres caritatives, vous pouvez utiliser le boost pour sensibiliser votre communauté et encourager les contributions.

4. Gagner en Visibilité Locale : Si votre paroisse est locale, vous pouvez cibler des personnes dans votre région pour les inviter à vos activités et services.

5. Accroître l'Engagement : Le boost peut augmenter l'engagement (réactions, commentaires, partages) sur vos publications, créant ainsi une communauté en ligne plus active.

Assurez-vous de définir un budget adapté à vos objectifs et suivez les performances de vos campagnes boostées pour ajuster votre stratégie au fil du temps. Le boost est un outil efficace pour étendre la portée de votre message paroissial et atteindre un public plus large sur les réseaux sociaux et attirer de nouveaux abonnés.

Les étapes

Pour booster une publication sur les réseaux sociaux, suivez ces étapes de base :

1. Choix de la Publication à Booster : Sélectionnez la publication que vous souhaitez promouvoir. Il peut s'agir d'une publication existante sur votre page de paroisse.

2. Accéder à l'Outil de Publicité : Connectez-vous à la plateforme publicitaire du réseau social sur lequel vous souhaitez promouvoir votre publication. Sur Facebook, par exemple, vous accéderez à l'outil de publicité via le Gestionnaire de publicités.

3. Sélectionner un Objectif : Choisissez un objectif pour votre campagne publicitaire. Cela dépendra de ce que vous voulez accomplir avec votre publication boostée. Les objectifs courants incluent "Engagement", "Trafic sur le site web", "Vues de vidéos", etc.

4. Définir un Public Cible : Sélectionnez les critères démographiques et les intérêts du public que vous souhaitez atteindre. Pour votre paroisse, vous pouvez cibler des personnes en fonction de leur emplacement, de leur âge, de leurs centres d'intérêt religieux, etc.

5. Définir le Budget et la Durée : Choisissez le montant que vous êtes prêt à dépenser pour la promotion de votre publication (budget quotidien ou total) et définissez la durée pendant laquelle la publication sera boostée.

6. Choisir l'Emplacement : Indiquez où vous souhaitez que votre publication soit affichée. Cela peut inclure le fil d'actualité des utilisateurs, Instagram, Audience Network, etc.

7. Sélectionner le Format de Publication : Choisissez le format de votre publication, que ce soit une photo, une vidéo, un carrousel, etc.

8. Configurer le Paiement : Ajoutez les informations de paiement pour que le réseau social puisse facturer votre campagne. Vous pouvez utiliser une carte de crédit ou d'autres méthodes de paiement acceptées.

9. Examiner et Lancer : Revérifiez toutes les options que vous avez configurées, y compris le public, le budget et la durée. Une fois que vous êtes satisfait, cliquez sur "Lancer" pour démarrer votre campagne boostée.

10. Surveiller les Performances : Après le lancement de votre campagne, suivez ses performances à l'aide des outils d'analyse du réseau social. Vous pouvez ajuster votre campagne en fonction des résultats.

Il est essentiel de bien planifier votre campagne de boost, en veillant à cibler le public adéquat et à choisir un objectif qui correspond à vos besoins paroissiaux. N'hésitez pas à explorer les options de ciblage et d'optimisation avancées proposées par la plateforme publicitaire pour maximiser l'efficacité de votre campagne.

Les commentaires

La gestion des commentaires sur les réseaux sociaux est importante pour maintenir un environnement respectueux et positif. Voici comment gérer les commentaires sur Facebook et Instagram, ainsi que l'utilisation des **boutons "supprimer", "masquer", et "filtrer".** De plus, pourquoi il est généralement préférable de ne pas supprimer les commentaires des "haters" (personnes négatives) :

1. Supprimer un Commentaire : Si un commentaire contient du contenu inapproprié, haineux, offensant ou de la publicité non sollicitée, vous pouvez le supprimer. Cela efface le commentaire de manière permanente.

2. Masquer un Commentaire : Le bouton "masquer" sur Facebook vous permet de cacher un commentaire de la vue du public, sauf de la personne qui a laissé le commentaire et de ses amis. Cela peut être utile si le commentaire est légèrement inapproprié, mais que vous ne voulez pas le supprimer complètement, pour ne pas vexer l'auteur de celui-ci. Surtout si c'est votre Mamy.

3. Filtrer les Commentaires : Vous pouvez configurer des filtres pour bloquer automatiquement certains types de commentaires, tels que les gros mots ou le spam. Cela peut aider à réduire le nombre de commentaires offensants.

Pourquoi ne pas supprimer les commentaires des "haters**" :** Il est généralement préférable de ne pas supprimer les commentaires négatifs, même s'ils viennent de "haters", sauf s'ils sont extrêmement offensants. Voici pourquoi : - **Transparence** : La suppression de commentaires négatifs peut donner l'impression que vous cachez la critique, ce qui peut nuire à la transparence de votre paroisse/pastorale en ligne.

- **Opportunité de Répondre** : Les commentaires négatifs offrent une occasion de répondre de manière calme et réfléchie, en expliquant votre point de vue ou en demandant des éclaircissements.

- **Défendre votre Communauté en Ligne** : Lorsque vous répondez de manière respectueuse à des commentaires négatifs, cela peut renforcer votre communauté en ligne et montrer que votre paroisse accueille une discussion ouverte.

- **Éducation et Sensibilisation** : Les commentaires négatifs peuvent être l'occasion d'éduquer ou de sensibiliser les gens à vos valeurs et à votre foi, même si vous ne parvenez pas à les convaincre.

Cependant, si un commentaire est extrêmement offensant, vulgaire ou enfreint clairement les règles de votre communauté en ligne, il est acceptable de le supprimer pour maintenir un environnement respectueux. La modération des commentaires doit être faite avec discernement, en visant à encourager des discussions constructives tout en préservant la positivité de votre page de paroisse.

Les MP

Il est essentiel de vérifier régulièrement les messages privés (MP) sur les réseaux sociaux pour plusieurs raisons importantes :

1. Communication Directe : Les MP sont l'un des moyens les plus directs pour les membres de votre communauté de communiquer avec votre paroisse. Ils peuvent poser des questions, demander des informations, exprimer des besoins spirituels ou solliciter une assistance.

2. Réponse Rapide : En vérifiant régulièrement les MP, vous montrez que votre paroisse est attentive et réactive envers sa communauté en ligne. Une réponse rapide peut renforcer les liens entre votre église et les membres.

3. Opportunités de Service : Les MP peuvent présenter des opportunités de service et d'assistance pastorale. Par exemple, quelqu'un pourrait avoir besoin de parler à un prêtre pour des conseils spirituels. En vérifiant les MP, vous offrez un service important.

4. Confidentialité et Soutien : Les MP permettent aux membres de partager des préoccupations, des questions ou des défis personnels en privé, ce qui peut favoriser un environnement de soutien et de confidentialité.

5. Établissement de Liens : En interagissant avec les membres via les MP, vous créez des liens plus personnels et renforcez la relation entre votre paroisse et votre communauté en ligne.

6. Réputation en Ligne : Une gestion active des MP contribue à renforcer la réputation en ligne de votre église. Les membres et les visiteurs potentiels apprécient une église qui est attentive à la communication.

7. Croissance de la Communauté : Les églises qui vérifient et répondent aux MP ont tendance à attirer plus de fidèles, car les utilisateurs sont plus enclins à suivre des pages actives et réactives.

8. Répondre aux Questions : Les MP peuvent contenir des questions pertinentes pour votre paroisse. En répondant, vous fournissez des informations précieuses et dissipez les doutes.

En somme, la vérification régulière des messages privés sur les réseaux sociaux est un moyen essentiel de maintenir une communication ouverte, attentionnée et efficace avec votre communauté en ligne. Cela renforce la confiance, l'engagement et l'impact positif de votre paroisse.

Le partage

Le partage sur les réseaux sociaux est un moyen puissant de diffuser des informations, d'exprimer des idées et de construire des connexions. Non seulement vous pouvez partager du contenu sur votre propre profil, mais vous pouvez également le partager dans des groupes, sur d'autres pages et profils, voire d'un réseau social à un autre. Cela permet de :

1. Étendre la Portée : En partageant du contenu pertinent, vous pouvez toucher un public plus large, que ce soit sur votre propre profil, dans des groupes thématiques, sur d'autres pages ou sur différents réseaux sociaux.

2. Promouvoir des Idées : Le partage permet de faire connaître vos idées, vos valeurs et vos croyances. C'est particulièrement important pour les pages de paroisse, car cela peut aider à diffuser des messages spirituels et religieux.

3. Interagir et Engager : Le partage suscite des réactions, des commentaires et des conversations, renforçant ainsi l'engagement de la communauté en ligne.

4. Établir des Liens : Le partage dans des groupes, sur d'autres pages ou entre réseaux différents peut vous permettre de vous connecter avec des personnes partageant des intérêts similaires, de construire des alliances ou de participer à des discussions significatives.

5. Soutenir des Causes : Vous pouvez utiliser le partage pour soutenir des causes importantes pour votre paroisse, que ce soit des œuvres caritatives, des événements religieux ou des campagnes de sensibilisation.

6. Éduquer et Informer : Le partage de contenu informatif et éducatif est un moyen précieux d'apporter des informations utiles à votre communauté en ligne.

En résumé, le partage sur les réseaux sociaux va au-delà de la simple diffusion d'informations. C'est un outil puissant pour établir des connexions, étendre la portée de vos messages et participer à des discussions significatives. Il joue un rôle essentiel dans la création d'une présence en ligne impactante, que ce soit pour une paroisse, une communauté ou tout autre groupe. Un post qui a beaucoup de partages va attirer l'œil des **algorithmes** ; il sera davantage proposé à d'autres personnes.

Le logo

L'ajout de votre logo ou de votre nom à vos visuels sur les réseaux sociaux contribue à protéger votre création, à maintenir l'intégrité de votre contenu et à renforcer la reconnaissance de votre paroisses/pastorale en ligne. Cela peut également aider à prévenir le plagiat et le rognage non autorisé de vos visuels.

La psychologie des couleurs pour votre futur logo et charte graphique

Le tag

Le "tag" sur les réseaux sociaux fait référence à l'action d'identifier ou de mentionner d'autres utilisateurs, pages, entreprises ou entités dans vos publications. Cela peut être fait en ajoutant un "@" suivi du nom de l'utilisateur ou de la page que vous souhaitez taguer (par exemple, @NomUtilisateur) ou en utilisant des étiquettes spécifiques pour marquer du contenu, comme les hashtags (#). Voici à quoi cela sert et comment le faire :



À quoi sert le tag sur les réseaux sociaux :

1. **Identification :** Le tag permet d'identifier spécifiquement une personne, une entreprise ou une page dans une publication. Cela attire leur attention sur le contenu que vous partagez.

2. **Partage d'Attribution :** Lorsque vous taguez quelqu'un dans une photo ou une publication, cela attribue le contenu à cette personne ou à cette entité. Cela peut être utile pour indiquer qui a créé ou est associé à ce contenu.

3. **Interactions :** Le tag favorise l'interaction. Lorsque vous identifiez quelqu'un, il peut réagir, commenter ou partager la publication, ce qui peut générer plus d'engagement.

4. **Navigation Facilitée :** Les tags peuvent servir de liens vers le profil de la personne ou de l'entité taguée, permettant aux utilisateurs de naviguer directement vers leur page.

5. **Étiquetage de Contenu :** Les hashtags sont une forme de tag utilisée pour catégoriser le contenu. Cela aide les utilisateurs à rechercher des publications similaires et à suivre des tendances.

Comment faire un tag sur les réseaux sociaux :

1. **Utilisation de l'@ :** Pour taguer un utilisateur ou une page, commencez par taper "@" suivi du nom de la personne ou de la page. Une liste de suggestions apparaîtra, à partir de laquelle vous pouvez sélectionner la bonne option.

2. **Utilisation de Hashtags :** Pour taguer du contenu avec des hashtags, ajoutez simplement le symbole "#" suivi du mot ou de la phrase que vous souhaitez utiliser comme hashtag. Par exemple, #Voyage, #Cuisine, #ParoisseSainteMarie.

3. **Vérification de la Pertinence :** Lorsque vous taguez d'autres utilisateurs ou utilisez des hashtags, assurez-vous que cela est pertinent pour votre publication. N'abusez pas du tag pour attirer une attention non méritée.

4. **Répondre aux Interactions :** Lorsque vous êtes tagué dans une publication, assurez-vous de répondre aux interactions, que ce soit en remerciant, en commentant ou en partageant.

5. **Respect de la Vie Privée :** Soyez attentif à la vie privée des autres. Certaines personnes préfèrent ne pas être taguées dans des publications, alors respectez leurs préférences.

Le tag est un outil puissant pour interagir, partager du contenu et renforcer l'engagement sur les réseaux sociaux. Cependant, il doit être utilisé avec discernement et respect de la vie privée des autres.

Le nom

Le choix d'un nom de page en corrélation avec le nom de la paroisse est essentiel pour établir une présence en ligne forte, authentique et fiable. Cela facilite la reconnaissance, la confiance, la recherche et la communication avec votre communauté en ligne. Il est recommandé de choisir un nom de page qui reflète fidèlement l'identité de votre paroisse sur les



GÉNÉRAL

- 💼 2 166 personnes aiment ça
- 2 237 personnes sont abonnées
- 1 personne avant indiqué avoir visité ce lieu

Agence spécialisée dans les médias sociaux

COORDONNÉES SUPPLÉMENTAIRES

- http://www.so-happy-web.com
- 62 27 29 70
- Maile hello@so-happy-web.co
- Envoyer un message
- PLUS D'INFORMATIONS

About

L'agence SO HAPPY WEB, créée en 2014 à Toulouse, propose aux PME ses prestations en Stratégie social media & Community Management. En 2019, lancement du programme de coaching Help My Community pour vous donner les clés des réseaux sociaux !

Informations supplémentaires

Informations supplémentaires SO HAPPY WEB, l'agence digitale des PME. Depuis Toulouse, notre team accompagne chaque client dans les différentes étapes du développement de sa stratégie social media (ligne éditoriale, contenus, animation, modération, ...). Pour améliorer votre présence en ligne, nous intervenons sur la stratégie de contenus, la stratégie social media, le community management. Notre objecutif est d'apporter une solution sur-mesure aux problématiques web de nos clients (stratégie et/ou opérationne) tout en adaptant nos prestations web aux attentes et besoins de chaque structure. L'équipe SO HAPPY WEB vous accompagne dans tous vos projets web et réseaux sociaux avac créativité souplesse, réactivité é happy philosophie ! "Le défi est notre énergie, la rigueur et le souci du détail, nos !! "SO HAPPY WEB est membre du Club de la Com. Voir moins

réseaux sociaux. Conseil : ajoutez le nom de votre **commune** dans le nom de votre page. Une page « Paroisse Saint-Pierre » n'est pas assez ciblée ; il y a plusieurs clochers en Belgique qui s'appellent Saint-Pierre, Saint-Joseph, Notre-Dame, etc. Ajoutez donc le nom de votre région/ville/village afin que les internautes sachent de quelle « Notre-Dame » il s'agit précisément.

La bio

Une bio ou une section "À propos" bien remplie et détaillée est essentielle pour communiquer clairement qui vous êtes, ce que vous faites, et comment vous pouvez être contacté. Cela améliore la crédibilité, l'engagement et la facilité d'accès à votre paroisse sur les réseaux sociaux. Elle est un point de référence important pour les membres de votre communauté en ligne et les visiteurs. Cette **description** donnera rapidement des éléments-clés aux navigateurs.

Partage d'articles

N'oubliez pas de partager nos articles du diocèse sur vos réseaux pour plus de contenus. Depuis le site web du diocèse, des logos situés à gauche de chaque article permettent de partager ce contenu directement sur Facebook, Twitter et Whatsapp. Cela deviendra un lien direct avec une photo. Une manière rapide et simple pour vous pour ajouter du contenu facilement à votre page.



QR Code

Un QR code, abréviation de "Quick Response Code" peut être scanné à l'aide d'un smartphone. Voici à quoi sert un QR code :

1. Accès Facile à l'Information : Un QR code permet aux personnes de scanner l'affiche à l'aide de leur smartphone. En scannant le code, elles peuvent accéder facilement à des informations spécifiques en ligne (questionnaire, formulaire, informations précises...).

2. Redirection vers un Site Web : Un QR code peut être configuré pour rediriger les personnes vers un site web spécifique, tel que le site de votre paroisse. Cela peut être utile pour fournir des détails sur des événements, des services, des ressources spirituelles, ou tout autre contenu en ligne.

3. Téléchargement de Documents : Vous pouvez également lier un QR code à des documents tels que des brochures, des programmes de messes, des prières ou des informations d'événements spécifiques. Les personnes peuvent télécharger ces documents en scannant le code.

4 Informations de Contact : Un QR code peut contenir des informations de contact telles que l'adresse e-mail, le numéro de téléphone, ou l'adresse de votre église. En scannant le code, les gens peuvent enregistrer ces informations dans leur carnet d'adresses.

5. Partage Rapide sur les Réseaux Sociaux : Les QR codes peuvent également être utilisés pour partager du contenu sur les réseaux sociaux. Par exemple, vous pourriez diriger les gens vers une page Facebook ou Instagram spécifique de votre paroisse.

Inscription à des Événements : Si votre 6 paroisse organise des événements, vous pouvez utiliser un QR code pour diriger les participants vers une page d'inscription en ligne. Cela simplifie le processus d'inscription.

Collecte de Dons : Un QR code peut être 7. utilisé pour diriger les fidèles vers une page de don en ligne, ce qui facilite la collecte de fonds pour des œuvres caritatives ou le soutien.

Engagement Interactif : Les QR codes encouragent l'engagement interactif. 8. Les fidèles peuvent scanner le code pour accéder à des ressources ou des informations pertinentes.

En résumé, un QR code sur une affiche est un outil pratique pour diriger les personnes vers des informations en ligne, des documents, des contacts ou des actions spécifiques. Il simplifie l'accès aux informations et encourage l'interaction numérique, ce qui peut être particulièrement utile pour votre paroisse.

Vous pouvez créer un QR code sur Canva dans « Applis » \rightarrow « Code QR ».

Les 6 W de la communication !

La création d'un visuel efficace sur les réseaux sociaux implique de répondre aux "6 W" pour s'assurer que votre contenu est complet et pertinent. Voici ce que signifie chacun des "6 W" :

1. **Who (Qui)** :

- Identifiez qui est votre public cible. À qui s'adresse ce visuel ?

- Qui est l'émetteur du message ou la page de la paroisse ? Assurez-vous que votre identité est clairement représentée.

2. **What (Quoi)** :

- Déterminez le message ou le contenu que vous souhaitez partager. Quel est le sujet principal du visuel?

- Quels éléments visuels, tels que des images, des graphiques ou du texte, allez-vous inclure pour transmettre ce message ?

3. **When (Quand)** :

- Réfléchissez au moment optimal pour partager ce visuel. Est-ce lié à un événement spécifique ou à une date particulière ?

Design	Code QR ····					
©∆ □O Éléments	Ajoutez une URL et nous créerons un code QR pour que vous l'ajoutiez à votre design. Les utilisateurs peuvent scanner le code QR pour accéder à l'URL					
T Texte	URL Saisissez l'URL					
co. Marque	Personnaliser V					
(f) Importer	Générer un code					
Dessin						
Projets						
Applis						



Code QR

- Considérez le timing pour maximiser l'impact de votre publication.
- 4. **Where (Où)** :

- Choisissez la plateforme de médias sociaux **où** vous publierez ce visuel. Chaque plateforme a ses propres spécificités en matière de formats et de public. Pensez aussi aux valves, aux panneaux physiques, aux envois postaux.

5. **Why (Pourquoi)** :

- Identifiez **l'objectif** de votre visuel. Pourquoi publiez-vous cela ? Est-ce pour informer, inspirer, engager, éduquer ou promouvoir quelque chose ?

- Assurez-vous que le visuel correspond aux objectifs de votre paroisse ou de votre message.

6. **How (Comment)** :

- Décidez de la manière dont vous allez créer le visuel. Quels outils, logiciels ou ressources allez-vous utiliser ?

- Réfléchissez à la conception visuelle, aux couleurs, aux polices, à la disposition, et aux éléments **graphiques**.

En répondant à ces six questions, vous établirez une base solide pour la création de visuels efficaces sur les réseaux sociaux. Cela vous aidera à vous assurer que votre contenu est bien ciblé, informatif, et adapté à votre audience, tout en atteignant les objectifs de votre paroisse ou de votre message.

3 types de profils

Les **profils personnels** sont pour les individus, les **pages** sont pour les entités, entreprises ou organisations, et les **groupes** sont pour les communautés et les discussions spécifiques. Les pages sont souvent utilisées pour représenter des paroisses, des églises ou des organisations religieuses, tandis que les groupes peuvent être utilisés pour créer des espaces de discussion et de partage au sein de la communauté religieuse.

Switch

Basculer sur Facebook entre un profil personnel et une page de paroisse vous permet d'utiliser la



plateforme de manière polyvalente, à la fois pour votre vie personnelle et pour les besoins de votre paroisse, tout en maintenant une distinction claire entre les deux. Si vous commentez, publiez ou likez : vérifiez bien sous quel « nom » vous le faites : en tant que page/groupe/profil personnel ?

Notifications

Pour recevoir des notifications d'une page que vous aimez sur Facebook et Instagram, suivez ces étapes :



Sur Facebook :

1. Accédez à la page de laquelle vous souhaitez recevoir des notifications.

2. Cliquez sur le bouton "Suivre" situé sous la photo de couverture. Vous pouvez choisir l'option "Voir en premier" pour recevoir les publications en priorité dans votre fil d'actualité.

3. Cliquez sur la flèche à côté du bouton "Déjà abonné(e)" et sélectionnez "Toutes les notifications" pour recevoir des notifications pour toutes les activités de la page, y compris les publications, les événements, etc. Cela vous permettra de ne rater aucune publication d'une page

19:31		92		19:30		ull 🗟 😡		
<	diocese.de.namur	<u> </u>	<	Paran	nètres de la Pag	e		
DIOCESE DE NAMUR	638 1121 Publications Followers	849 Suivi(e)s	Ъ	J'aime déjà				
		ır (BE). Le. Luxembourg.	00	Bloquer				
			Q	Rechercher				
Suivi(e) par circuitssaintejulienne, liegefetedieu et 35 autres personnes				Inviter des amis				
		tacter 📲	$\langle \gamma \rangle$	Favoris				
		Voir tout	\sim					
	× × ×				de Diocèse de e de Namur sur Faceb	e Namur		
	—				https://www.facebook.com/catholique.namur			
	Notifications		Сорі	ier lien				
Publications								
Stories								
Reels			DANS	VOTRE FIL D'ACTUALIT	ré			
Vidéos								
Vidéos en direc	t Quelq	ues-unes >						
		artage des	ŕ	Ne plus suivre	Par défaut	Favoris		
				Vous verrez ses pu	blications plus haut d	ans votre Fil.		

que vous aimez. Sinon, vous verrez uniquement les publications que l'algorithme a décidé de vous montrer.

Sur Instagram :

- 1. Accédez au profil de la personne ou de la page que vous suivez.
- 2. Appuyez sur le bouton "Suivre" ou "Abonné(e)" pour activer le suivi.

3. Ensuite, appuyez sur l'icône en forme de cloche située à côté du bouton "Suivre". Cela activera les notifications pour ce profil.

Désormais, vous recevrez des notifications lorsque la page ou le profil que vous suivez publie de nouveaux contenus ou effectue d'autres activités.

Il est important de noter que vous devez également autoriser les notifications de l'application Facebook ou Instagram dans les paramètres de votre appareil pour que ces notifications fonctionnent. Assurez-vous que les notifications sont activées à la fois au niveau de l'application et au niveau de la page ou du profil que vous suivez.



infographie intellet par CCD Agency. Strough Pairwer, partagen Re

©**®**®



Sébastien Cambet • 2e Je te forme à LinkedIn & Canva. — Crée du contenu qui claque pour transformer... 1 sem. • •

+ Suivre

Même Jésus n'a commencé qu'avec 12 followers.



CC 314

EN RÉSUMÉ

Une liste de quelques conseils :

- Publiez pour des écrans GSM : en 2023, une personne consulte en moyenne son Smartphone 200x/jour. Votre visuel doit donc être lisible sur un petit écran.
- Stories : visibilité temporaire, idéal pour garder du lien, montrer les coulisses, partager une urgence, publier en instantané.
- Ce qui fonctionne souvent bien comme sujets : montrer les personnes, les coulisses, les grandes fêtes liturgiques, les événements marquants, le partage d'outils concrets, la beauté (art), l'originalité (cartoon, blague), un cheminement (Avent, Carême), un témoignage de foi, explication de notions et de termes, anecdotes, personnalités...
- La croissance d'une page prend du temps : patience & espérance ! Il faut persévérer et surtout analyser ses statistiques ; on y trouve des pistes d'action. Regardez vos vues réelles et pas seulement les likes visibles. Consultez aussi les pages similaires à la vôtre pour voir ce qui fonctionne chez eux.
- Dans vos statistiques, vérifiez ces éléments à propos de vos abonnés : qui sont-ils (âge, sexe, lieu d'habitation...) et quand sont-ils actifs en ligne (jours et heures) ? Publiez alors à ces heures-là ; vous gagnerez en visibilité en récoltant des réactions immédiates.
- Privilégiez toujours le format carré ou vertical pour les visuels/photos. Evitez les photos horizontales ; elles ne plaisent pas aux algorithmes. Pour créer un beau visuel ou une belle affiche, utilisez CANVA.
- Dans votre post, vous pouvez ajouter : des smileys, des caractères spéciaux, une humeur, un tag vers un partenaire, des hashtags, un lien vers votre site web. Pour trouver des smileys ou caractères spéciaux à ajouter dans les posts : <u>https://fr.piliapp.com/facebook-</u> <u>symbols/</u>
- Programmation à l'avance : permet de préparer un post et de l'enregistrer à l'avance. Il se mettra automatiquement en ligne au moment que vous aurez choisi (pendant que vous êtes en congé par exemple).
- Vérifiez vos messages privés et vos notifications. Invitez aussi les likers d'un post à venir liker votre Page.

- Facebook : bannière de couverture. Vérifiez ce qu'elle donne sur un GSM (ne restez pas que sur ordinateur). Mettez-la parfois à jour (événements, temps liturgiques, saisons...).
- Création d'affiches et de visuels : 1/3 de texte, 1/3 de photo, 1/3 de vide (aération, respiration). Canva est un outil facile et gratuit pour créer de beaux contenus visuels. La version payante de Canva offre + de possibilités (110€/an). Une ASBL peut demander un remboursement d'un abonnement Canva. Ajoutez votre logo à vos créations. Pour les photos, choisissez des photos nettes. Vous pouvez en télécharger gratuitement sur Pixabay. Texte : utilisez que 2-3 couleurs différentes et que 2-3 polices d'écriture différentes ; évitez de trop charger votre visuel.
- Instagram : si vous souhaitez avoir un « feed » cohérant, utilisez toujours les couleurs de votre logo dans vos créations. Ainsi, vous aurez toujours les mêmes tons dans vos posts.
- Liez votre compte Instagram à votre compte Facebook : vous pourrez ainsi créer des publications qui seront publiées en même temps sur vos deux comptes. Une seule création pourra donc être partagée simultanément sur deux médias séparés. Mais, si vous le souhaitez, vous pouvez adapter le texte et/ou le moment de publication selon le média.
- Interagir avec les followers : répondez aux mp, filtrez les commentaires, likez les pages de partenaires... Invitez vos abonnés à liker-commenter-partager vos contenus : c'est ainsi que vous serez vu et que vous plairez aux algorithmes.