

Quel contenu sur quel réseau social ?

+= publications de temps en temps
 ++ = publications régulières
 +++ = publications systématiques

CONTENUS À DIFFUSER EN FONCTION DU RÉSEAU SOCIAL CHOISI

		RÉSEAUX SOCIAUX					
		 Instagram Création 2010 1,3 milliard d'utilisateurs 18 et 34 ans	 Facebook Création 2004 2,85 milliards d'utilisateurs 25-34 ans	 Twitter Création 2006 200 millions d'utilisateurs 25-34 ans	 LinkedIn Création 2002 575 millions d'utilisateurs 18 à 55 ans	 TikTok Création 2016 14,9 millions d'utilisateurs 16-25 ans	 YouTube Création 2005 2 milliards d'utilisateurs 25-49 ans
CONTENUS	Institutionnel		+	++	++		
	Infos pratiques					+	
	Documents Officiels						
	Événements	+++	+++	++	+	+++	+++
	Partenariat	+++	++		++	++	+
	Marketing	++	++			++	+
	Infos Techniques (Pôle Espoirs, Sections Sportives, Sélections)	+++	++			++	++
	Résultats, classements, calendriers	+++	+++	+			
	Formations	+	+		++	++	++
	Pratiques diversifiées (Efoot, Foot Loisir)	+++	+++	+	+	+++	+++
	Foot Féminin	++	++	+	+	++	++
	Arbitrage	+	+++			+	+

Quel utilisateur sur quel réseau social ?

Jeune public et les réseaux sociaux

Instagram est le réseau social n°1, celui qui est le plus utilisé par les jeunes.

À ce jour, les réseaux sociaux phares sont :

- Instagram (82 %)
- Snapchat (74 %)
- Facebook (54 %)

Au total, les 16-25 ans sont 61 % à utiliser Facebook et 12 % l'ont supprimé. Malgré tout, il reste tout de même le réseau social le plus utilisé chez les 22-25 ans.

À l'échelle de votre club, votre cible première reste le licencié. La pertinence de la communication est donc devenue un des enjeux majeurs pour son recrutement et sa fidélisation car vos joueurs sont les premiers utilisateurs des réseaux sociaux.

Pour la plupart des jeunes (57 %), l'intérêt du contenu est la raison 1ère de son suivi. Parmi les usages des réseaux sociaux, 78% sont liés au suivi des actualités. C'est pourquoi, à titre d'exemple, annoncer les résultats des matchs du week-end peut être judicieux afin de créer un intérêt autour de votre structure. Cela permettra de générer de nouveaux abonnés.

Mettre en avant ce qui est proposé au sein de votre club, tout en vous appuyant sur vos actions, événements, championnats, compétitions témoignages de vos bénévoles etc., restent des moyens d'atteindre cet objectif.

+ = un peu concernés
 ++ = moyennement concernés
 +++ = énormément concernés

LES DIFFÉRENTS UTILISATEURS PRÉSENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

		RÉSEAUX SOCIAUX					
CIBLES		 Instagram Création 2010 1,3 milliard d'utilisateurs 18 et 34 ans	 Facebook Création 2004 2,85 milliards d'utilisateurs 25-34 ans	 Twitter Création 2006 200 millions d'utilisateurs 25-34 ans	 LinkedIn Création 2002 575 millions d'utilisateurs 18 à 55 ans	 TikTok Création 2016 14,9 millions d'utilisateurs 16-25 ans	 YouTube Création 2005 2 milliards d'utilisateurs 25-49 ans
	Licenciés	+++	+		+	+++	+++
	Parents des licenciés	+	+++			+	++
	Partenaires/Entreprises	+++	++	+	+++	++	+
	Bénévoles		++				
	Dirigeants de Club Institutions (Fédération, Ligue, District)	+	++				
	++	+++	+	+	+	++	

Prioriser ses réseaux sociaux

- = pas utile
 +/- = plus ou moins utile (pas indispensable)
 + = un peu utile
 ++ = utile
 +++ = très utile (voir indispensable)

PRIORISER SES RÉSEAUX SOCIAUX

		RÉSEAUX SOCIAUX					
QUEL RÉSEAU FONCTIONNE LE PLUS ?		 Instagram Création 2010 1,3 milliard d'utilisateurs 18 et 34 ans	 Facebook Création 2004 2,85 milliards d'utilisateurs 25-34 ans	 Twitter Création 2006 200 millions d'utilisateurs 25-34 ans	 LinkedIn Création 2002 575 millions d'utilisateurs 18 à 55 ans	 TikTok Création 2016 14,9 millions d'utilisateurs 16-25 ans	 YouTube Création 2005 2 milliards d'utilisateurs 25-49 ans
		+++	++	+/-	+/-	+++	++

Prioriser ses médias internes et autres supports

+ = publications de temps en temps
 ++ = publications régulières
 +++ = publications systématiques

LES DIFFÉRENTS CONTENUS À PUBLIER EN FONCTION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

CONTENUS	 Site Internet	 Newsletter	 WhatsApp
Institutionnel	+++		
Infos pratiques	+	+	+++ (Ex : groupe avec les parents pour les infos club)
Documents Officiels	+++		
Événements			+
Partenariat	++	++	
Marketing		+	
Infos Techniques (Pôle Espoirs, Sections Sportives, Sélections)	++		+
Résultats, classements et calendriers	++		+
Formations	+++	+	
		(Ex : chiffres de personnes formées)	
Pratiques diversifiées (Efoot, Foot Loisir)	+	+	
Foot Féminin	++		
Arbitrage	++		

+ = un peu concernés
 ++ = moyennement concernés
 +++ = énormément concernés

LES DIFFÉRENTS UTILISATEURS DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

CIBLES	 Site Internet	 Newsletter	 WhatsApp
Licenciés	+	+	++
Parents des licenciés	+++	+++	+++
Partenaires		+	
Bénévoles	+++	+	+
Dirigeants de Club	+++		+++
Institutions (Fédération, Ligue, District)	+++		