

À ce jour, les réseaux sociaux sont les outils les plus utilisés et les plus performants pour communiquer. Ils remplacent peu à peu les canaux de communication traditionnels (presse, radio, TV). Deux différences principales entre anciens et nouveaux canaux :

- l'interactivité entre celui qui édite l'info et celui qui la reçoit.
- l'instantanéité de la diffusion de l'info.

Que ce soit à finalité personnelle ou professionnelle, partager des informations, photos ou vidéos sur ces supports, permet de transmettre un message de manière simple et efficace mais également de mettre en avant l'image de la structure à moindre coût (la création d'un compte étant gratuite).

Facebook



Comptant 2,2 milliards d'utilisateurs actifs, Facebook est le réseau social le plus utilisé. Il permet d'interagir avec ses abonnés en postant du contenu. Il reste le média le plus utilisé chez les 40/50 ans.

Nos conseils : Votre page Facebook restera votre vitrine principale car elle remplace l'usage d'un site web aujourd'hui. Alimentez-là en photos, vidéos et infos du club !

Instagram

Instagram, c'est le réseau social le plus utilisé par les jeunes grâce au partage de photos et de vidéos. Ce réseau vous permet de valoriser vos actions et de vous faire découvrir par d'autres clubs, districts ou joueurs. De plus en plus de clubs l'utilisent dans leur stratégie de communication.

Nos conseils : Privilégiez les stories ! Faites des vidéos de maximum 15 sec et montrez les « coulisses » du club : entraînements, belles actions pendant les matchs, célébration dans les vestiaires, vie du club, etc.



LinkedIn



Avec plus de 10 millions de membres actifs en France, ce média est surtout utilisé pour les échanges professionnels. Ouvert à tous les âges, il permet de « créer le CV » de votre club et de le rendre visible à des professionnels. LinkedIn est la plateforme sociale la plus adaptée pour gérer son image et constituer son propre réseau.

Nos conseils : Ne sous-estimez pas le pouvoir du réseautage, même dans le milieu associatif ! Celui-ci peut vous permettre d'attirer des partenaires, de valoriser les actions de votre club ou tout simplement, de recruter des employés, bénévoles ou éducateurs.

Twitter



Nous connaissons tous le petit oiseau bleu qui symbolise Twitter. Ce qui caractérise ce réseau reste son format court et instantané. Le but de Twitter est de faire réagir les internautes. En écrivant des tweets (publications), vous pouvez élargir votre réseau assez rapidement mais aussi partager des informations récentes et exclusives avec votre communauté.

Nos conseils : Les hashtags et les mentions sont un bon moyen pour gagner en visibilité, même face à de grandes instances. Créez votre propre hashtag pour vous faire connaître ! Et cherchez à être le plus court et le plus direct possible dans vos tweets.

Youtube

YouTube est le 2e réseau social le plus en vogue avec ses 82 000 vidéos vues en une seconde dans le monde. 62 % des entreprises ont créé une chaîne YouTube, car leurs pubs sont ainsi visibles par tous. En France, on compte 46 millions de visiteurs tous les mois. YouTube est devenu un moteur de recherche très puissant où les utilisateurs y tapent des mots-clés pour y trouver du contenu qui leur correspond.

Nos conseils : Proposez des formats un peu plus longs que vos vidéos Facebook ou Instagram. Si vous connaissez des membres de votre club sachant faire du montage vidéo, n'hésitez pas à leur soumettre l'idée de créer des vidéos divertissantes !



Tik Tok



Cette application Tik Tok explose depuis 2017 auprès des jeunes. Avec 500 millions d'utilisateurs par mois, elle permet la création de vidéos de 15 secondes sur un fond musical. Vous pouvez mimer une scène mythique, créer une vidéo en playback ou inventer une chorégraphie sur le tube du moment. Le but est d'obtenir un maximum de followers grâce à vos hashtags.

Nos conseils : Ne cherchez pas à créer du contenu trop sérieux, soyez original, instantané, reproduisez les dernières vidéos à la mode pour gagner un maximum de visibilité (exemple : danses)