

BUDGET PARTICIPATIF MODE D'EMPLOI

jeparticipe.brest.fr

**BREST
BUDGET
PARTICIPATIF**

Guide pour communiquer sur les réseaux sociaux

Budget participatif

SOMMAIRE :

- ▶ Connaître et choisir les réseaux sociaux 02
- ▶ Écrire sur les réseaux sociaux..... 03
- ▶ Développer, fidéliser une communauté..... 03
- ▶ Adopter les bons réflexes..... 04

▶ Le budget participatif de la ville de Brest a fait l'objet d'un règlement

Vous pouvez le consulter sur jeparticipe.brest.fr,
à l'hôtel de métropole, à l'hôtel de ville de Brest, dans
les mairies de quartier et à l'accueil du CCAS.

Contact :
budgetparticipatif@mairie-brest.fr
02 98 00 80 80

jeparticipe.brest.fr



Connaître et choisir les réseaux sociaux



	CIBLE	USAGES	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS	
f FACEBOOK	<ul style="list-style-type: none">▶ Réseau social n°1▶ 2,2 milliards d'utilisateurs▶ En France 33 millions dont 22 millions d'utilisateurs réguliers	<ul style="list-style-type: none">▶ Tranche d'âge majoritaire : 20-29 ans▶ Grand public	<ul style="list-style-type: none">▶ Partage de contenus	<ul style="list-style-type: none">▶ Forte viralité▶ Créer des groupes sur des thèmes divers▶ Programmer les posts▶ Bon outil de fidélisation	<ul style="list-style-type: none">▶ Nécessité de publier très régulièrement▶ Faible visibilité si aucune activité▶ Nécessité d'avoir un réseau déjà constitué
t TWITTER	<ul style="list-style-type: none">▶ 320 millions d'utilisateurs▶ 80% d'utilisation mobile▶ 6 millions d'utilisateurs en France	<ul style="list-style-type: none">▶ 51% entre 25 et 44 ans▶ CSP+ et diplômée▶ Média, personnalités	<ul style="list-style-type: none">▶ Outil de veille efficace▶ Spécialisé et instantané	<ul style="list-style-type: none">▶ Bouche à oreille instantané▶ Source d'information diversifiée▶ Trafic et visibilité importante	<ul style="list-style-type: none">▶ Limite de 280 caractères par tweet▶ Volume et mélange de tweets importants▶ Communauté moins «grand public»▶ Nécessite de cibler avec les hashtags # et les mentions
📷 INSTAGRAM	<ul style="list-style-type: none">▶ Application de l'année▶ 800 millions d'utilisateurs	<ul style="list-style-type: none">▶ Cible jeune : 18-29 ans▶ Communauté féminine	<ul style="list-style-type: none">▶ Publication de vidéos et d'images	<ul style="list-style-type: none">▶ Communication décalée et humanisée▶ Grande visibilité grâce aux hashtags (#)▶ Pouvoir de l'image pour véhiculer un message	<ul style="list-style-type: none">▶ Difficulté de partager des contenus▶ Publication de messages courts Utilisation uniquement sur mobile



Écrire sur les réseaux sociaux

UTILISER DES MOTS-CLÉS

Ils vont servir de repères aux lecteurs qui seront ainsi plus concentrés sur la lecture de la publication.

ÉCRIRE DES PHRASES COURTES

Une phrase de moins de **12 mots** a beaucoup plus de chance d'être assimilée qu'une phrase comportant 40 mots.

FAIRE DES PHRASES SIMPLES

Une phrase = une idée. Éviter de concentrer trop d'informations. Favoriser les verbes d'action. Et n'hésitez pas à aller à la ligne.

ÉVITER LES MAJUSCULES

Un texte en majuscules suggère généralement le cri et peut souvent être mal interprété. À proscrire de même que les sigles.

ATTENTION À LA PONCTUATION

Elle va être un outil essentiel et va permettre de donner un certain ton à votre texte. Intégrer également des émojis, mais avec parcimonie.

VÉRIFIER L'ORTOGRAPHE

Les réseaux sociaux sont la vitrine digitale de votre projet. Ainsi, **trop de fautes d'orthographe** peuvent dégrader votre image et votre crédibilité.

Créer des contenus visuels

Soyez visuels ! Illustrez vos propos avec des **images, montages, GIFs et vidéos** afin de capter l'attention de votre communauté plus facilement. Créez des contenus visuels adaptés à vos réseaux sociaux pour gagner en visibilité de façon efficace.

DES OUTILS GRATUITS, EN LIGNE

Quelques outils gratuits en ligne vous permettent de créer et améliorer des visuels : **Canva**, un logiciel de montage, de retouche et d'édition de visuels variés ; **Recite** pour partager des citations et autres ;

TROUVER OU CRÉER DES GIFS

Les GIFs ont beaucoup de succès sur les réseaux sociaux, ils permettent de refléter **une émotion et d'ajouter une dose d'humour** à ses propos. 2 sites vous permettent de trouver des images animées : Giphy, GIF Bin.

CHERCHER DES PHOTOS LIBRES DE DROITS

Vous pouvez également illustrer vos publications en les accompagnant d'une simple photo. Dans ce cas, faites **attention aux droits d'auteurs**, n'utilisez que des images libres de droits (sous la licence Creative Commons par exemple). Plusieurs banques d'images existent comme PixaBay ou Shutterstock.

Développer, fidéliser une communauté

SUIVRE LES COMPTES EN LIEN AVEC VOTRE PROJET

Suivez les comptes de votre mairie, de votre maire, des associations, institutions et médias en lien avec votre thème. Contactez-les pour qu'ils partagent un de vos contenus...

REPÉRER LES INFLUENCEURS

- ▶ Suivez les comptes des personnalités publiques, de journalistes spécialisés, de blogueurs ayant un fort **leadership et une notoriété** dans votre domaine. Demandez-leur un partage, une interview...
- ▶ Citez vos réseaux sociaux sur vos supports de communication.
- ▶ N'oubliez pas de **citer votre présence** sur les réseaux sociaux sur vos supports de communication papier : flyers, affiches, etc. Et parlez-en autour de vous !

PARTAGER DU CONTENU EXTÉRIEUR

Une actualité, un article sur votre projet, sur votre thème, votre quartier vient de sortir ? **Partagez-le, commentez-le** et n'oubliez pas de mentionner le média auteur de l'article pour susciter son intérêt.



RÉPONDRE AUX QUESTIONS ET DEMANDES

Lorsqu'un internaute vous sollicite, il ne faut pas le laisser sans réponse, cela donne une mauvaise image et met une certaine distance entre vous et lui. N'oubliez pas de les remercier également !

VARIER LES TYPES DE CONTENUS

- ▶ Ne postez pas seulement des photos ou des textes ! Il est intéressant de **poster différents contenus** afin de capter l'attention de votre communauté et de tisser un lien durable avec vos abonnés. Plus vous communiquerez avec eux, plus ils se sentiront concernés.
- ▶ **Partagez** des albums photos présentant votre projet, les événements que vous organisez, vos coulisses...
- ▶ **Citez** les plus grands inspirateurs de votre projet, créez des rendez-vous type « la citation de la semaine »
- ▶ **Divertissez** votre communauté : quiz, jeux concours, gifs...
- ▶ **Réalisez** des interviews vidéo en live d'acteurs importants concernant votre projet.



Adopter les bons réflexes

RACCOURCIR LES LIENS

Si vous avez plusieurs liens à partager dans la même publication, utilisez les raccourcisseurs d'URL tels que <http://goo.gl> ou <http://bit.ly>

UTILISER LES HASHTAGS

Sur certains réseaux sociaux (Instagram et Twitter), il est recommandé d'utiliser des **hashtags (#) pour gagner en visibilité**. Ces sortes de « mots-clés » permettent également de référencer votre projet et de capter l'attention d'une communauté concernée par le thème de votre projet.

IDENTIFIEZ VOS INTERLOCUTEURS

Dans vos publications, vous pouvez **identifier les personnes** dont vous parlez si elles possèdent un compte. Il vous suffit d'entrer le nom de la personne, précédé par le symbole @. Votre publication apparaîtra directement sur son mur. Il est toujours intéressant d'intégrer les personnes afin qu'elles se sentent plus impliquées.

PROGRAMMER LES PUBLICATIONS

- ▶ Vous ne pouvez pas publier en direct ? Pensez à la programmation des posts. Créez un « **calendrier éditorial** » pour anticiper vos prochaines publications, cela permet de vous organiser, d'assurer une activité régulière sur vos réseaux et de ne pas faire d'impasse.
- ▶ **Idée pratique !** L'outil « HootSuite » (version gratuite) permet de faire une veille efficace et de programmer des publications !

