

2012 UNIVERSITÉ LAURENTIENNE

GUIDE DES MÉDIAS SOCIAUX



LaurentianUniversity
Université**Laurentienne**

TABLE DES MATIÈRES

- 01** Introduction
- 02** Médias sociaux enregistrés de l'UL
- 03** Principes clés
- 04** Lignes directrices de la participation
- 05** La voix de la Laurentienne
- 06** Liaison sociale sur Internet
- 07** Sites Web de médias sociaux

Les médias sociaux sont de puissants canaux de communication qu'un nombre grandissant d'organismes adoptent chaque jour. L'Université Laurentienne (UL) utilise de plus en plus les médias sociaux et, sur les conseils du Service des communications et du marketing, elle est maintenant en mesure de recommander le cadre de participation.

Ce guide présente la marche à suivre pour enregistrer un site Web de médias sociaux nouveau ou existant, ainsi que les lignes directrices actuelles pour y participer. Voici des exemples de sites Web que la Laurentienne exploite actuellement.

Facebook	http://www.facebook.com/laurentian http://www.facebook.com/LU2015
Twitter	http://www.twitter.com/LaurentianU http://www.twitter.com/luvoyageurs
Blogues	http://blog.laurentian.ca/president
Autres	http://www.flickr.com/groups/laurentian www.foursquare.com/LaurentianU http://youtube.com/laurentianuniversity

Ce guide s'adresse aux gestionnaires actuels ou potentiels de sites Web de médias sociaux liés à la Laurentienne et fait en sorte que leurs programmes s'alignent sur les buts de l'Université et donnent de bons résultats.

L'Université Laurentienne supervise plusieurs médias sociaux populaires, notamment des pages de Facebook, des comptes de Twitter et des blogues universitaires. Elle fait la promotion active de ces médias et appuie en permanence leurs gestionnaires sur tout le campus. Nous essayons toujours d'améliorer nos activités sociales sur Internet, y compris en ajoutant de nouveaux sites à notre liste officielle. Si vous désirez créer un site Web de média social de l'UL, il est important de savoir tout d'abord ce qui est requis puis d'élaborer une stratégie qui répond aux questions suivantes :

- Objet :** Pourquoi avez-vous besoin d'une présence sociale sur Internet et quel rôle jouera-t-elle dans les plans de marketing et de communication de l'UL?
- Objectifs :** Que voulez-vous accomplir exactement dans le média social et comment en mesurerez-vous la réussite?
- Public :** Avec qui avez-vous l'intention d'établir des liens par l'entremise du média social et qu'avez-vous à leur offrir qui les intéresse?
- Stratégie :** Quels sites, quel contenu et quelles activités utiliserez-vous dans le média social pour atteindre vos buts?
- Équipe :** Qui aura la responsabilité de superviser et d'exécuter vos activités sociales sur Internet au fil du temps?

Si après avoir répondu à ces questions, vous estimez que l'établissement d'un site Web de média social de l'UL serait approprié, nous nous ferons un plaisir de vous aider. Communiquez avec Jean-Paul Rains, Communications et marketing, à socialmedia@laurentienne.ca

Avant d'utiliser des médias sociaux, il est important de comprendre les principes clés de l'UL qui vous protègent et protègent l'Université.

- 01** Respectez les lois sur l'utilisation équitable pour publier du contenu en propriété exclusive et protégé par le droit d'auteur.
- 02** N'affichez pas de politiques de l'Université ou de renseignements sur un processus, comme les critères détaillés d'admission à un programme.
- 03** Adressez les remerciements appropriés et indiquez la source quand vous publiez le contenu d'autres auteurs.
- 04** N'affichez rien qui n'entre pas dans votre domaine de compétence et d'expertise.
- 05** Affichez du contenu approprié pour les membres de la communauté de tous les âges.
- 06** Ne donnez aucun renseignement personnel qui permettrait d'identifier et de trouver une personne hors ligne.
- 07** Suivez les conditions d'utilisation particulières aux plateformes sociales en ligne que vous utilisez.
- 08** Ne publiez pas d'images identifiant des personnes sans avoir obtenu leur permission au préalable.
- 09** Conformez-vous à la politique de l'Université sur les licences d'utilisation de marques de commerce pour les logos et les éléments graphiques.
- 10** N'ajoutez pas de risque pour l'Université en affichant des renseignements sur les zones et installations protégées.

Internet est un lieu public et les affichages sont essentiellement permanents. Il est important de suivre les lignes directrices afin d'optimiser les communications et de réduire les risques potentiels.

- 01** Agissez de manière stratégique. Définissez clairement ce que vous voulez accomplir au moyen du média social et comment cela s'intégrera dans vos plans généraux de marketing et de communication.
- 02** Soyez respectueux. Faites la distinction entre les faits et les opinions et conservez un ton poli et professionnel, surtout quand vos interlocuteurs ont des idées opposées aux vôtres.
- 03** Soyez franc. Indiquez votre affiliation à l'UL et ne prétendez pas être quelqu'un que vous n'êtes pas.
- 04** Engagez-vous. Consacrez le temps nécessaire à vos activités sociales sur Internet, mettez-y du cœur et ne restez pas de longues périodes sans vous en occuper.
- 05** Faites la conversation. Lancez un vrai dialogue avec la collectivité, évitez d'afficher des messages unilatéraux et de vous désintéresser de sujets pertinents.
- 06** Soyez vous-même. Parlez à la première personne du singulier et appelez les gens par leur nom; laissez percer votre personnalité.
- 07** Soyez précis. Vérifiez tous les renseignements que vous communiquez et corrigez toute erreur rapidement et de manière évidente.
- 08** Rendez-vous utile. Communiquez des informations utiles et appréciables; n'affichez pas de message faisant votre propre promotion.
- 09** Soyez prudent. Étant donné que les renseignements publiés en ligne sont largement permanents, évitez les sujets controversés et, dans le doute, ne les affichez pas.
- 10** Tenez-vous au courant. Renseignez-vous sur les intérêts et les sujets de conversation de la collectivité, acceptez ce qu'elle a à dire et apportez une contribution pertinente.

Afin que les activités sociales sur tous les sites Internet de l'Université reflètent la marque de la Laurentienne, les gestionnaires devraient adopter la perspective suivante :

L'UL est :

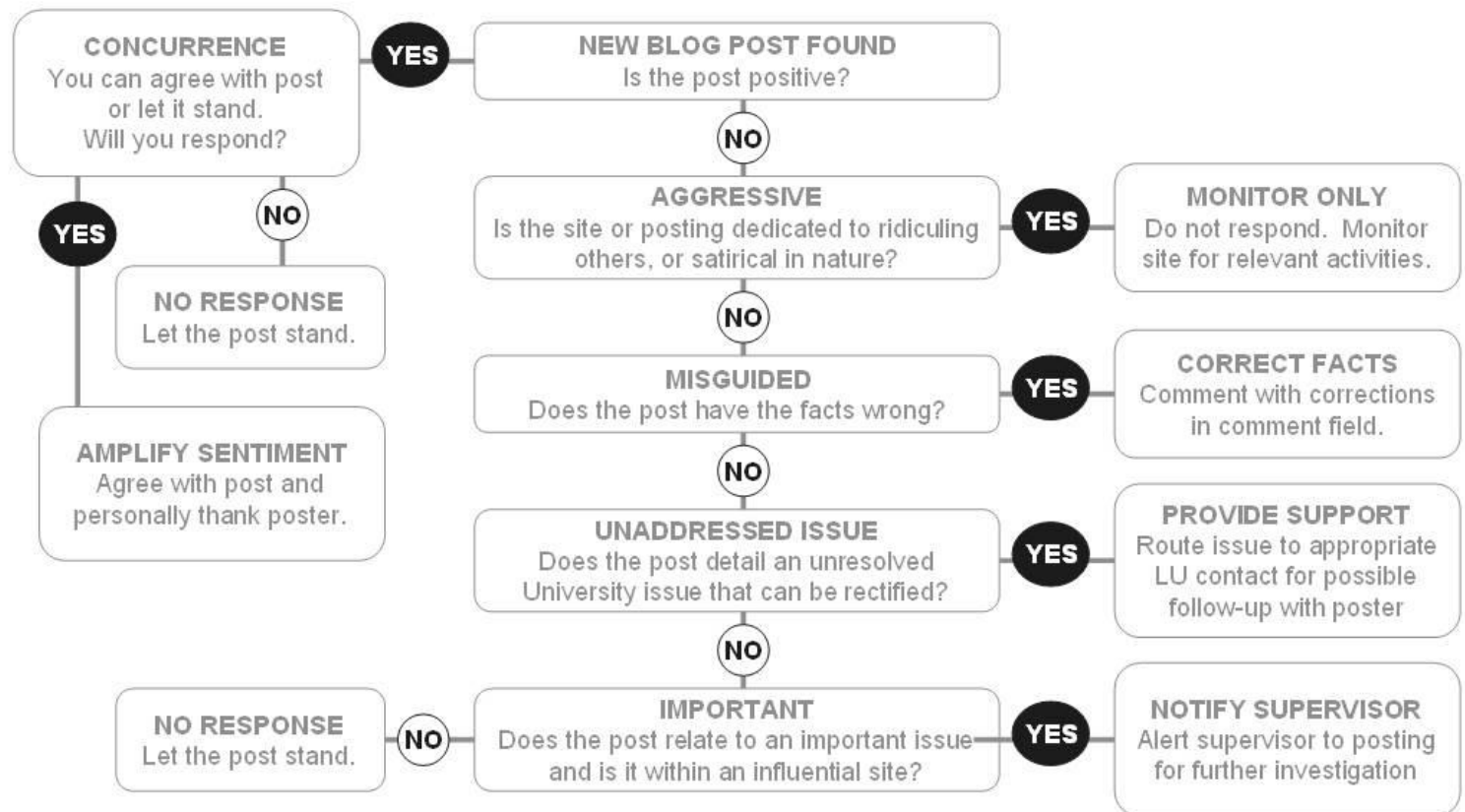
- approchable et prête à converser avec tout le monde.
- personnelle; elle appelle les gens par leur nom dans la mesure du possible.
- renseignée; répond entièrement aux questions.
- passionnée; engagée et enthousiaste dans les conversations.
- positive; elle adopte toujours un point de vue optimiste.

L'UL n'est pas :

- privilégiée; ne se sent pas supérieure.
- arrogante; n'essaie pas d'influencer les comportements.
- orgueilleuse; ne se concentre pas uniquement sur ses propres accomplissements.
- superflue; ne participe pas sans raison ou objectif.
- dédaigneuse; ne rejette pas d'autres points de vue.

À l'occasion, vous pouvez tomber sur des interventions dans des sites Web externes qui parlent de l'UL. Si vous désirez y répondre, veuillez suivre l'arbre de décision suggéré ci-dessous pour comprendre l'action appropriée.

Traduction dans la diapositive suivante



Accord

Vous pouvez approuver l'intervention ou ne pas en tenir compte.
Répondrez-vous?

Oui

Non

Pas de réponse

Laissez l'intervention.

Amplifiez le sentiment

Approuvez l'intervention et remerciez personnellement son auteur.

Oui

Nouveau blogue

L'intervention est-elle positive?

Non

Agressif

Le site ou l'intervention ont-ils pour but de ridiculiser quelqu'un ou sont-ils satiriques?

Oui

Surveillez seulement

Ne répondez pas. Surveillez les activités pertinentes dans le site.

Non

Erroné

L'affichage contient-il des erreurs?

Oui

Corrigez les faits

Formulez des commentaires incluant des corrections dans le champ des commentaires.

Non

Point non résolu

L'affichage parle-t-il en détail d'un problème non résolu de l'Université qui peut être rectifié?

Oui

Apportez du soutien

Transmettez la question à la personne-ressource appropriée de l'UL afin qu'elle assure un suivi.

Non

Important

L'affichage porte-t-il sur un sujet important et se trouve-t-il dans un site influent?

Oui

Avertissez votre superviseur

Avertissez votre superviseur de l'affichage afin qu'il fasse une enquête.

Pas de réponse

Laissez l'intervention.

Non

Facebook est un site important pour l'UL, car il permet d'avoir des conversations ouvertes et franches. Même si, par leurs commentaires, la majorité des utilisateurs constituent une communauté active et intéressante, ce n'est pas le cas de certains. Afin de maintenir une présence positive sur Facebook, les animateurs de la communauté de l'UL devraient supprimer les commentaires qui :

- 01** utilisent un langage malpoli et injurieux;
- 02** incluent des attaques personnelles à l'endroit d'un autre membre;
- 03** harcèlent ou embarrassent d'autres membres;
- 04** enfreignent la loi sur le droit d'auteur ou une politique de l'Université;
- 05** annoncent un service commercial particulier;
- 06** incluent une menace de violence;
- 07** ne sont pas appropriés à tous les âges;
- 08** encouragent l'intolérance envers un groupe en particulier;
- 09** figurent plusieurs fois dans le même fil conducteur;
- 10** induisent consciemment d'autres membres en erreur.

Il existe un éventail grandissant de médias sociaux. Pour déterminer celui qui vous convient, il est important de comprendre pour chacun l'objet, les points forts relatifs et la popularité auprès de votre public cible. Pour commencer, voici un aperçu de trois plateformes sociales populaires et quelques conseils pour les utiliser au mieux.

Facebook

Facebook est le site Web de réseautage social le plus populaire dans le monde. Les membres peuvent y ajouter des amis, devenir des supporters de sociétés et échanger des mises à jour, du contenu et des activités.

- **Identité** : Créez une page de Facebook (non pas un profil ou un groupe), établissez une URL personnalisée fondée sur les conventions de désignation de l'UL, mettez à jour les renseignements et la description de la page, insérez un lien avec la page principale de l'UL de Facebook.
- **Contenu** : Créer un calendrier de messages et affichez-le au moins une fois par semaine.
- **Étiquette** : Établissez et affichez une politique claire sur la page, autorisez les commentaires et répondez-y, invitez les commentaires et la participation de supporters et d'amis.
- **Réseautage** : Ajoutez des liens avec d'autres sites de marketing et de réseaux sociaux, faites connaître la page à des groupes connexes, importez le contenu pertinent d'autres sites (p. ex. blogues).

SUITE...

Twitter

Twitter est un service populaire de réseautage et de micro-blogue qui permet de publier de courtes rafales d'information (appelées « tweets ») d'une manière largement publique.

- Identité : Créez un compte de Twitter en utilisant la convention de désignation de l'UL, utilisez une image de fond de l'UL.
- Contenu : Créer un calendrier de tweets et participez-y au moins une fois par jour, créez un compte bit.ly.
- Étiquette : Répondez rapidement aux commentaires publics, envoyez un message direct pour les sujets privés ou sensibles, re-tweet (RT) (transférez) le contenu pertinent et appréciable d'autres, sollicitez les commentaires de partisans.
- Réseautage : Ajoutez des liens avec d'autres sites de marketing et de réseaux sociaux, utilisez la fonction de recherche de Twitter pour trouver des personnes qui s'intéressent à votre sujet et suivez-les, dressez votre profil en utilisant des mots-clés, évitez les messages transmis automatiquement.

Blogue

Un blogue est un type de site Web où une personne parle habituellement d'un sujet en utilisant une combinaison de textes, d'images et de liens affichés en ordre chronologique ascendant.

- Identité : Créez-le par l'intermédiaire d'un service de blogue approuvé par l'UL, créez la section « À propos » contenant des renseignements personnels choisis et l'affiliation visible à l'UL, intégrez un lien avec le site Web de l'UL.
- Contenu : Donnez le sujet du blogue, et affichez- en un au moins une fois toutes les deux semaines.
- Étiquette : Autorisez les commentaires et répondez-y, affichez la liste de blogues favoris liés à votre sujet.
- Réseautage : Ajoutez des liens avec d'autres sites de marketing et de réseaux sociaux, utilisez des mots-clés populaires et pertinents, faites des commentaires sur d'autres blogues en laissant l'URL du vôtre.