

Numéro FP P03  
Rédacteur : Camille DESNOS  
Approbation : MH

## Fiche PRATIQUE



# Gestion des Réseaux Sociaux

## A NOTER

Voir documents rédigés par Léon Travel :

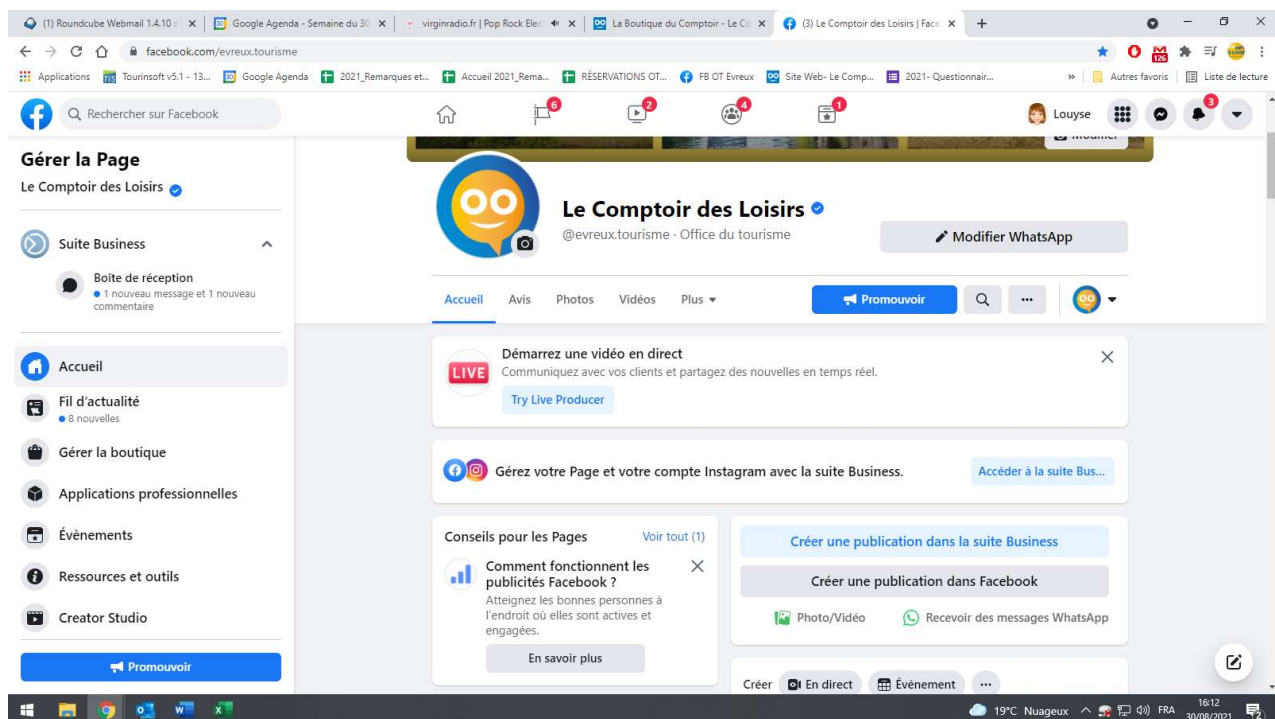
s:\promotion\nouveau positionnement\leon travel\chartes et codes leon

Statistiques des comptes disponibles sous :

S:\PROMOTION\NUMERIQUE\RESEAUX SOCIAUX\STATS

Facebook

<https://www.facebook.com/evreux.tourisme>



## ADMINISTRATION

Responsable promotion - Community manager

COMMENT PARLER SUR LES RESEAUX :

Être dans la valeur ajoutée, ne pas se contenter de republication ou de lien brut

- oo Valoriser en alternance des événements ville, culturels, de loisirs (et sportifs), des prestataires (à l'occasion d'une ouverture ou d'un événement particulier ou focus bon plan) et de l'OT.
- oo Le discours doit véhiculer une image positive. Le Comptoir des loisirs parle sur un ton positif et engageant. Les expressions sont parlées et imagées. Elles permettent de créer proximité et complicité avec le lecteur. Il faut lui écrire exactement comme on lui parlerait.

#### LIGNE EDITORIALE DU COMPTOIR

Le Comptoir des Loisirs s'adresse à lui comme à un ami, une bonne copine.

- un langage direct, simple, sans chichi
- un langage incarné, personnalisé,
- un langage accueillant et ouvert
- un langage coloré et imagé,
- un langage chaleureux et généreux
- un langage sobre et épuré
- un langage parfois décalé.

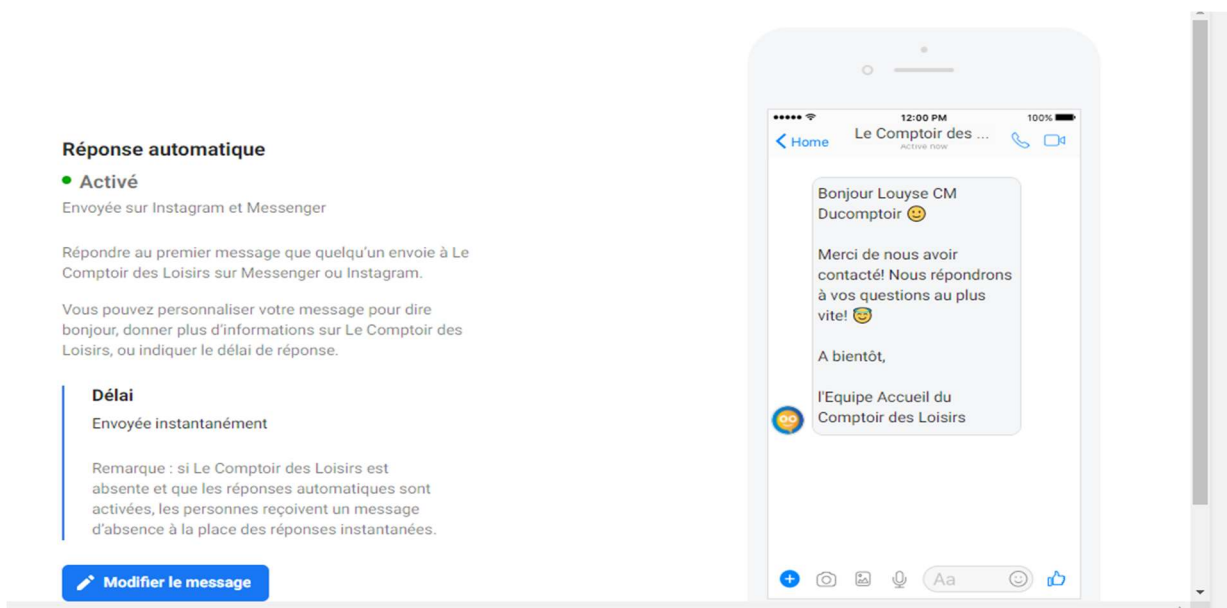
- oo En cas de commentaire par les internautes
  - Soit laisser les internautes se répondre entre eux
  - Soit apporter une réponse factuelle
  - Si message injurieux, politique, religieux : rappeler diplomatiquement l'objet de la page
- oo Image de fonds : en fonction de l'actualité du Comptoir des Loisirs ou de la destination
- oo Néanmoins, Facebook est également un lieu d'échange spontané en lien direct avec l'actualité : ne pas hésiter à rebondir sur une actualité essentielle de la destination.

#### REGLES DE PUBLICATIONS

- oo Environ 4 publications par semaine
- oo En alternance : photos, vidéo, post éditorial
- Certaines publications peuvent faire l'objet d'un boost (achat de crédit pour pousser l'information à un public ciblé)
- oo Ajouter le #SiCestBienOnVousPrevient

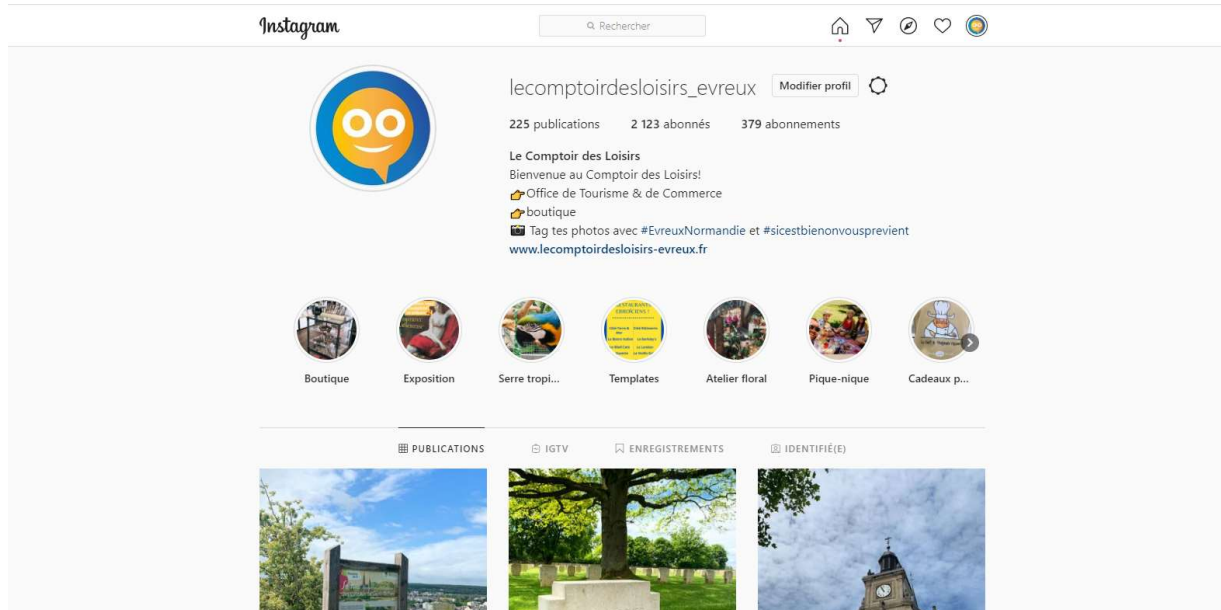
#### •MESSAGES

- oo Y répondre le plus rapidement possible (sauf exceptions des messages postés la nuit ou le dimanche en cas de fermeture- un message automatique sur les deux outils Messenger et Instagram est mis en place pour les sollicitations hors ouverture du Comptoir cf. ci-dessous)



- oo Faire une réponse factuelle
- oo Qui répond : l'équipe d'accueil en complémentarité du Community Manager (pour Messenger et Instagram) / Utilisation du vouvoiement, émoticônes autorisés, réponse nominative.....)

[https://www.instagram.com/lecomptoirdesloisirs\\_evreux/?hl=fr](https://www.instagram.com/lecomptoirdesloisirs_evreux/?hl=fr)



## ADMINISTRATION

### Community manager

## LIGNE EDITORIALE & CONTENU

Instagram est un réseau social présent uniquement sur smartphone dont le principal but est de partager ses photographies. Chaque utilisateur possède une sorte de mur, une page personnelle Instagram, où s'affiche l'ensemble de ses photos prises ou modifiées via l'application. Les autres utilisateurs d'Instagram peuvent alors laisser des commentaires ou signaler qu'ils aiment la photographie. Comme pour Facebook, il est possible de rendre sa page accessible à tous les utilisateurs de l'application ou uniquement à sa liste d'amis, appelés abonnés.

## REGLES DE PUBLICATIONS

- 👁 2 à 3 publications par semaine : repost ou photo OT (hors jours off de l'OT)
- 👁 Si aucune photo de qualité, il est préférable de ne rien publier que de faire un post de qualité médiocre
- 👁 Quel type de photo ? Photos « artistiques » (Patrimoine, Nature, Paysage)
- 👁 Dans la story : Actualités, événements, animations
- 👁 Pour une uniformisation des publications, choix de publier toujours de la même manière :
- 👁 Si repost, faire une capture d'écran du post de la personne et rogner pour ne garder que la photo. Attention à bien respecter le cadrage initial !
- 👁 Mettre la légende, puis à ligne « Photo de @..... » (si repost)
- 👁 Mettre les # suivants :  
#evreux #sicestbienonvousprevient #evreuxnormandie #eure #jesuisailleursennormandie #normandie #normandy #instanormandy #photography et 2 à 3 # en lien avec le thème de la photo et/ou # à la mode (ex : #nature #architecture #instapic .....)
- 👁 Interagir avec les autres comptes (liker, commenter)
- 👁 Quand action de « repost » : demander systématiquement l'autorisation de partage sur le compte du CDL/ capturer la réponse de l'auteur et l'enregistrer sous  
S:\PROMOTION\NUMERIQUE\RESEAUX SOCIAUX\Autorisations Repost photos

## Gestion de crise/bad buzz sur les réseaux

### PLAN DE GESTION DE CRISE SOCIAL MEDIA :

- Qui seront les décideurs : direction / promotion
- Qui mettra en œuvre les décisions : administrateurs des réseaux
- La création d'un plan pour accélérer les processus créatifs de gestion de crise : cf diagramme ci-dessous
- Un plan d'urgence qui peut se déployer même si vous n'êtes pas au bureau

### REUNIR LES FAITS RAPIDEMENT

- Récolter toutes les informations qui ont mené à la crise « social media »
- Prendre le temps de comprendre le cheminement, et les causes de cette crise
- Qu'est-il arrivé ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui se passe ensuite ? Qu'allez-vous dire ?

### REPENDRE RAPIDEMENT ET CORRECTEMENT .

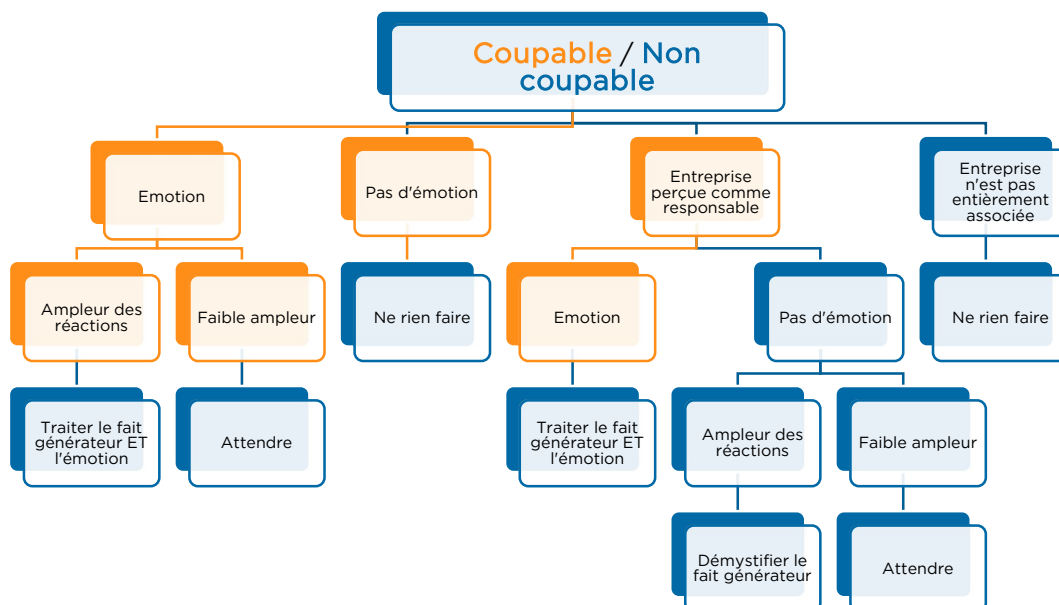
- Rapidement :

La chose la plus élémentaire est de répondre le plus rapidement possible aux internautes. Les premières 24 heures sont cruciales car les personnes vont attendre une réponse de votre part.

- Correctement :

Les médias sociaux vivent aujourd'hui à grande vitesse. Certes il faut répondre rapidement. Mais il ne faut pas répondre n'importe quoi. Il faut rester calme ! Et toujours être poli dans vos réponses. Si vous ne pouvez pas être poli, alors il ne faut pas répondre. C'est aussi simple que ça.

- A éviter :
  - Supprimer les commentaires critiques
  - Bloquer les personnes qui ne sont pas d'accord avec vous
  - Répondre sur un fil de commentaire sans s'arrêter
  - Donner votre avis personnel (vous êtes une entreprise, votre avis n'a pas sa place ici)
  - Perdre votre "discours de marque"



@cabinet Bolero

Adopter la bonne posture

## ATTITUDES QUI APAISENT



- Sincérité
- Excuses
- Empathie
- Démystification
- Explications
- Ecoute
- Solidarité
- Clarification
- Actions fortes

## ATTITUDES QUI CHOQUENT

- Défense
- Formel
- Silence
- Inaction
- Impassibilité
- Autojustification
- Distance
- Dénî
- Arrogance



## Inventaire des modifications

| DATE         | INDICE | MOTIFS DE MODIFICATION                          |
|--------------|--------|-------------------------------------------------|
| Mars 2016    | 1      | Création                                        |
| Mai 2016     | 2      | Modification Ajout Instagram / gestion de crise |
| Janvier 2017 | 3      | Modification                                    |
| Mars 2017    | 4      | Intégration Instagram                           |
| 30/04/2021   | 5      | Mise à jour                                     |
| 22/06/2021   | 6      | MAJ lien insta + qui répond aux messages        |
| 30/08/2021   | 7      | MAJ lien page Facebook                          |
| 18/10/2021   | 8      | MAJ message auto Instagram                      |