



S'inspirer d'histoires à succès : *Naître et grandir*

Une présentation de Geneviève Doray et de Julie Fortier

Les médias sociaux en santé : regardons-nous passer le train?
Journée annuelle de santé publique, 6 décembre 2017

Mission

Financé par la Fondation Lucie et André Chagnon, *Naître et grandir* vise à valoriser, informer, éduquer et outiller les parents. Nous misons sur le développement précoce des enfants afin de créer des conditions et des environnements propices à la réussite éducative.

Un magazine, un site internet, des infolettres personnalisées, une communauté de parents active sur les réseaux sociaux... *Naître et grandir*, c'est tout ça!

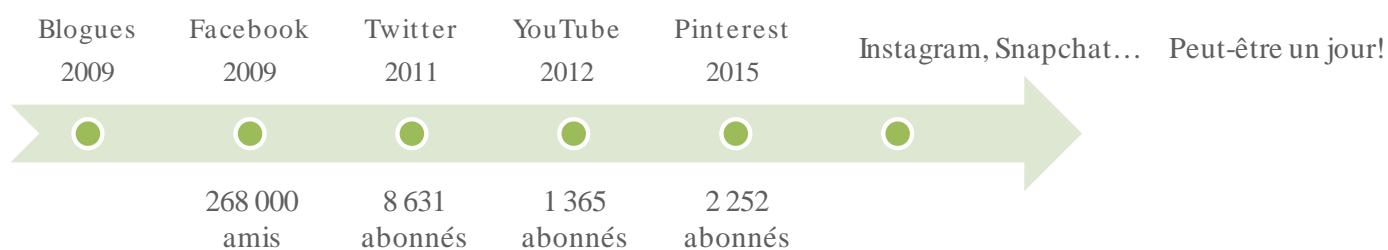


Où sommes-nous?

Les forums sont nés vers le milieu des années 90. Il s'agit en quelque sorte des dinosaures du web social!
Lorsqu'on a créé *Naître et grandir*, on a décidé de ne pas en faire. Bien sûr, ça génère beaucoup de pages vues, mais ça a un impact sur la crédibilité.

On ne peut pas être partout; il faut choisir la ou les plateformes pertinentes à nos objectifs.

On ne veut pas trop se disperser étant donné le temps à y consacrer...



Un effet concret

20 % de notre trafic

1. Facebook
2. Pinterest
3. Twitter
4. YouTube



Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux alors qu'on est un site web?

Parce que tout le monde le fait? NON

- Pour rejoindre les parents là où ils sont (stratégie *push*)
- Pour tisser une relation de confiance et de proximité
- Pour humaniser la marque
- Pour savoir ce que les parents pensent
- Pour annoncer nos « produits »
- Pour rejoindre des parents précis

Pas sans risque

- Être présent sur les réseaux sociaux est chronophage.
- Il faut accepter le risque de mettre en danger notre « autorité » et notre « expertise »; les gens vont remettre en question ce qui est publié.
- Comme dans toute communication, des crises peuvent apparaître.
- Parfois, des sujets anodins déclenchent des « crises »; choisir les moments pour publier les sujets sensibles).
- Lors d'un partage d'une publication, on devient imputable du contenu.



L'algorithme de Facebook

- Seul un petit % de nos *fans* voit nos publications
- Pour être vu, il faut générer de l'interaction
- Le format des photos est important
- Publier des vidéos natives
- Attendre le bon moment
- Varier les publications



Rejoindre l'auditoire

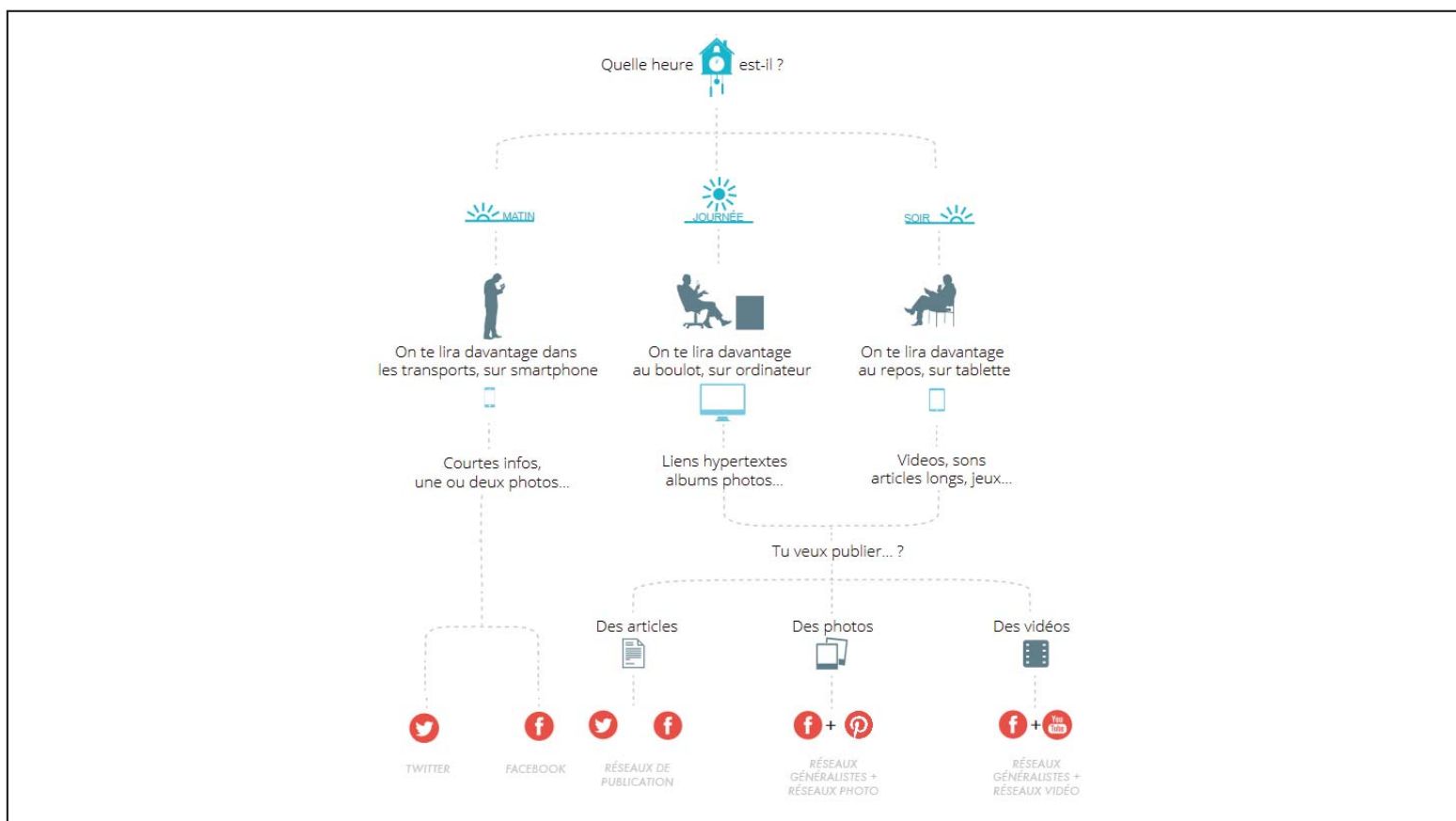
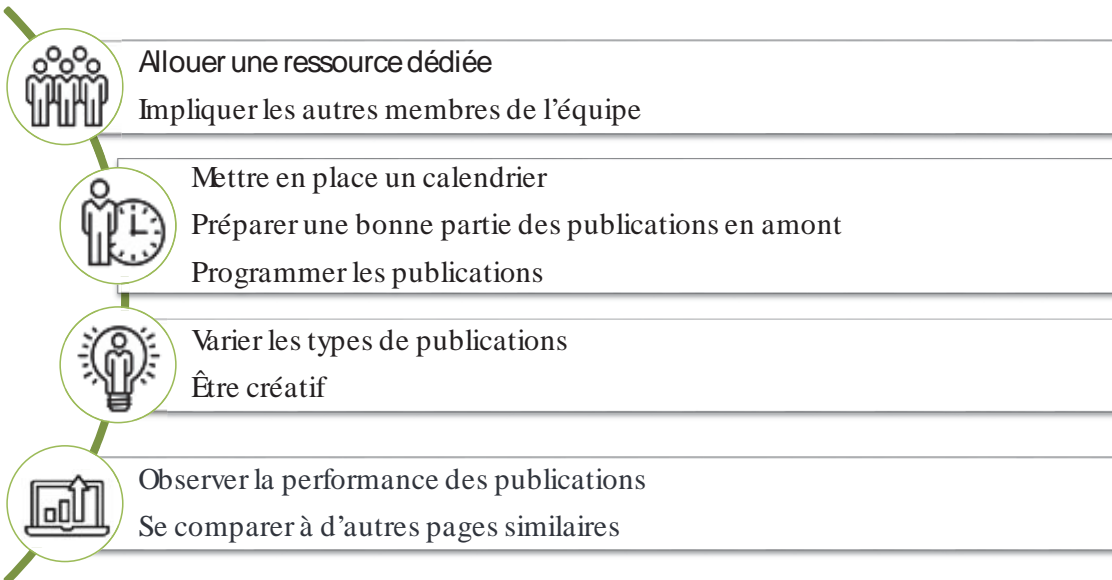
- Ciblage
- Restriction d'auditoire

Portée organique / portée payée

- Promotion des publications
- Publicité



Stratégies éditoriales



Comment écrire sur les réseaux sociaux?

Rappel important :

- ✓ On lit 25 % moins vite sur écran.
- ✓ Sur les réseaux sociaux, la majorité des gens se limitent à balayer leur fil à la recherche d'éléments intéressants.



- Accorder une vigilance extrême à la rigueur de ce qui est énoncé (orthographe, faits, etc.), car les gens ont l'œil!
- Une phrase = une idée
- Privilégier les phrases de moins de 12 mots dans les statuts
- Ton d'écriture bienveillant, proche du parent, pas «expert»



La gestion des commentaires

Un commentaire positif : on fait un «j'aime».

Un commentaire sous la forme d'une question : on répond publiquement dès que possible.

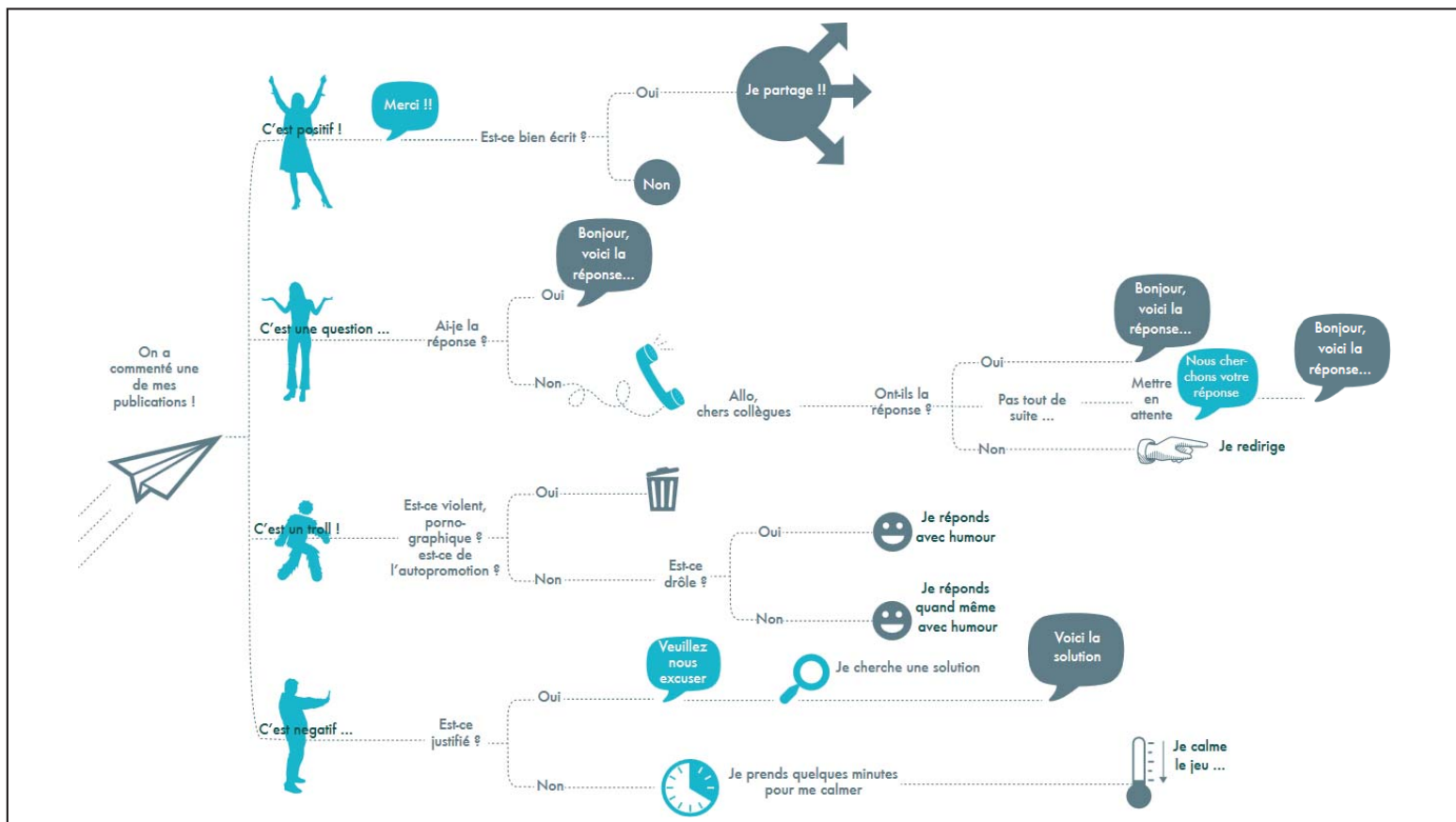
Un commentaire de type troll ou publicitaire : on masque ou on supprime.

Un commentaire négatif : on répond le + rapidement possible et on se consulte au besoin. Très rare qu'on supprime un commentaire : on répond et on assume. Si ça vire à l'argumentation : on essaie de sortir de la sphère publique.

Si on a fait une erreur : on n'hésite pas à s'excuser, à donner des explications détaillées et à expliquer qu'on travaille à la résolution du problème.

Le soir, les weekends et les jours fériés : on fait appel à une pigiste pour faire la modération.

Messages privés : on répond à tous les messages. Une première réponse automatique et ensuite une réponse personnalisée.



ADAPTATION
 ÉQUIPE
 RÉFLÉCHI
 TEMPS

