

# agirtôt.org

Espace de partage pour l'action  
concertée en petite enfance



## Guide d'utilisation des médias sociaux à l'intention des partenaires d'Avenir d'enfants

Avril 2018



**AVENIR D'ENFANTS**  
DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	2
Quel intérêt d'être présent sur les médias sociaux?.....	2
Avant de commencer.....	3
<b>Facebook</b> .....	4
À quoi peut vous servir Facebook? .....	4
Différence entre une page et un groupe Facebook.....	4
Création d'une page Facebook.....	8
Création d'un groupe.....	10
Publier du contenu et interagir sur Facebook .....	12
Procédure pour les vidéos Facebook live .....	28
Création d'un événement.....	32
Promotion et publicité sur Facebook : quelques notions.....	34
Connaître vos statistiques sur Facebook.....	37
Avoir un compte personnel ET un compte professionnel : oui ou non? .....	38
<b>Twitter</b> .....	40
À quoi peut vous servir Twitter?.....	40
Ce qui distingue Twitter de Facebook .....	40
Création d'un compte Twitter .....	41
Publier du contenu et interagir sur Twitter .....	42
Création de listes Twitter.....	46
Connaître vos statistiques sur Twitter.....	47
<b>LinkedIn</b> .....	47
À quoi peut vous servir LinkedIn?.....	47
Ce qui distingue LinkedIn de Facebook et Twitter .....	47
Création d'une page LinkedIn pour organisme.....	48
Publier du contenu et interagir sur LinkedIn .....	49
Groupes d'intérêts.....	50
Connaître vos statistiques sur LinkedIn.....	50
<b>Autres plateformes : Youtube et Instagram</b> .....	51
À quoi peut vous servir Youtube?.....	51
Création d'un compte Youtube.....	52
À quoi peut vous servir Instagram?.....	54
Création d'un compte Instagram.....	55
<b>Aperçu des plateformes utilisées par Avenir d'enfants</b> .....	56



Ce document est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons:  
Mention de l'auteur - Adaptation autorisée - Pas d'utilisation commerciale - Partage sous les mêmes conditions

## Introduction

Ce document a pour objectif de vous introduire à l'univers des médias sociaux, plus spécifiquement celui de Facebook, et de vous éclairer quant aux multiples possibilités qui s'offrent à vous pour transmettre vos messages à divers publics.

Il vise à accompagner et à outiller toute personne qui souhaite maximiser son utilisation des médias sociaux pour valoriser et partager le fruit de ses actions afin de joindre le plus grand nombre d'individus et d'organisations possible et ainsi faire connaître son travail auprès de potentiels partenaires et bailleurs de fonds.

### Quel intérêt d'être présent sur les médias sociaux?

- Se faire connaître en tant qu'organisme et gagner en visibilité
- Partager des réalisations et des outils
- Sensibiliser les gens à une cause
- Discuter, échanger et créer des liens
- Solliciter de l'aide
- Faciliter le contact avec des gens d'influence
- Entretenir des relations de partenariat
- Promouvoir des événements et partager des photos et des vidéos
- Attirer des visiteurs sur son site web
- Rester à l'affût de ce qui se passe dans son domaine d'expertise (veille)

**Note :** Pour l'élaboration de ce guide, nous avons privilégié la plateforme Facebook, puisqu'il s'agit de la plus populaire auprès des organismes communautaires. Toutefois, vous trouverez, à la fin du guide, un aperçu d'autres plateformes qui pourraient vous intéresser, ainsi qu'un aperçu des plateformes sur lesquelles Avenir d'enfants est présent.

**Conseil :** Si le temps vous manque ou que vous disposez de peu de ressources, nous vous recommandons de n'investir qu'une seule plateforme que vous serez en mesure d'alimenter chaque semaine, plutôt que de vous éparpiller sur plusieurs plateformes et d'être inactif sur celles-ci.



## Avant de commencer

Pour vous orienter avant de vous lancer sur les médias sociaux, posez-vous les questions suivantes :

- Quelles sont mes ressources à l'interne?
- Qui s'occupera de répondre aux commentaires? Qui sera en charge de planifier les contenus et de les publier?
- Quel est mon public cible, à qui je souhaite m'adresser? Sur quelles plateformes se trouve-t-il et qu'est-ce qui l'intéresse?
- Quels sont mes objectifs? Qu'est-ce qui m'amène sur les réseaux sociaux, quel est le but de ma présence?

**Astuces :** pour mieux planifier vos contenus, un **calendrier éditorial** est de mise! Celui-ci vous permettra d'organiser l'ensemble des publications à venir sur votre page et doit notamment inclure le sujet de vos publications, le texte, le type de visuel, l'heure approximative à laquelle vous souhaitez publier la publication, et une section commentaires/approbation au besoin. Notez que vous pouvez adapter ce calendrier selon vos propres besoins!

Pour gérer votre calendrier éditorial, nous vous recommandons l'outil **Google Sheets**, simple, gratuit et efficace, qui permet à plusieurs personnes de collaborer simultanément sur un même document. Vous devez toutefois posséder un compte Gmail. Vous pouvez aussi vous servir du logiciel Microsoft Excel.

- [Exemple de calendrier éditorial dans Google Sheets](#)

## Facebook

### À quoi peut vous servir Facebook?

- Relayer l'information qui se trouve sur votre site web et permettre ainsi la diffusion de celle-ci grâce au bouche-à-oreille (partages).
- Vous faire connaître en tant qu'organisation et accroître votre visibilité.
- Élargir votre audience.
- Interagir avec la communauté.
- Annoncer et promouvoir vos événements.
- Attirer l'attention des médias locaux.

**Attention** : Facebook change régulièrement son apparence et ses fonctionnalités. Il ne faut pas être surpris de voir une nouveauté apparaître du jour au lendemain ou encore une fonctionnalité disparaître!

### Différence entre une page et un groupe Facebook

Une **page Facebook professionnelle** s'adresse au grand public et permet essentiellement aux organismes, aux entreprises et aux personnalités de communiquer avec les individus qui suivent leur page. Une page Facebook est toujours publique et tout le monde peut y adhérer, soit en cliquant « J'aime » ou en s'y abonnant.

Un **groupe Facebook** permet à un ensemble de membres de communiquer entre eux et crée un effet de **communauté** autour d'un projet commun ou d'un thème spécifique. Il peut être public, fermé ou secret et nécessite dans tous les cas une demande d'adhésion auprès des administrateurs.

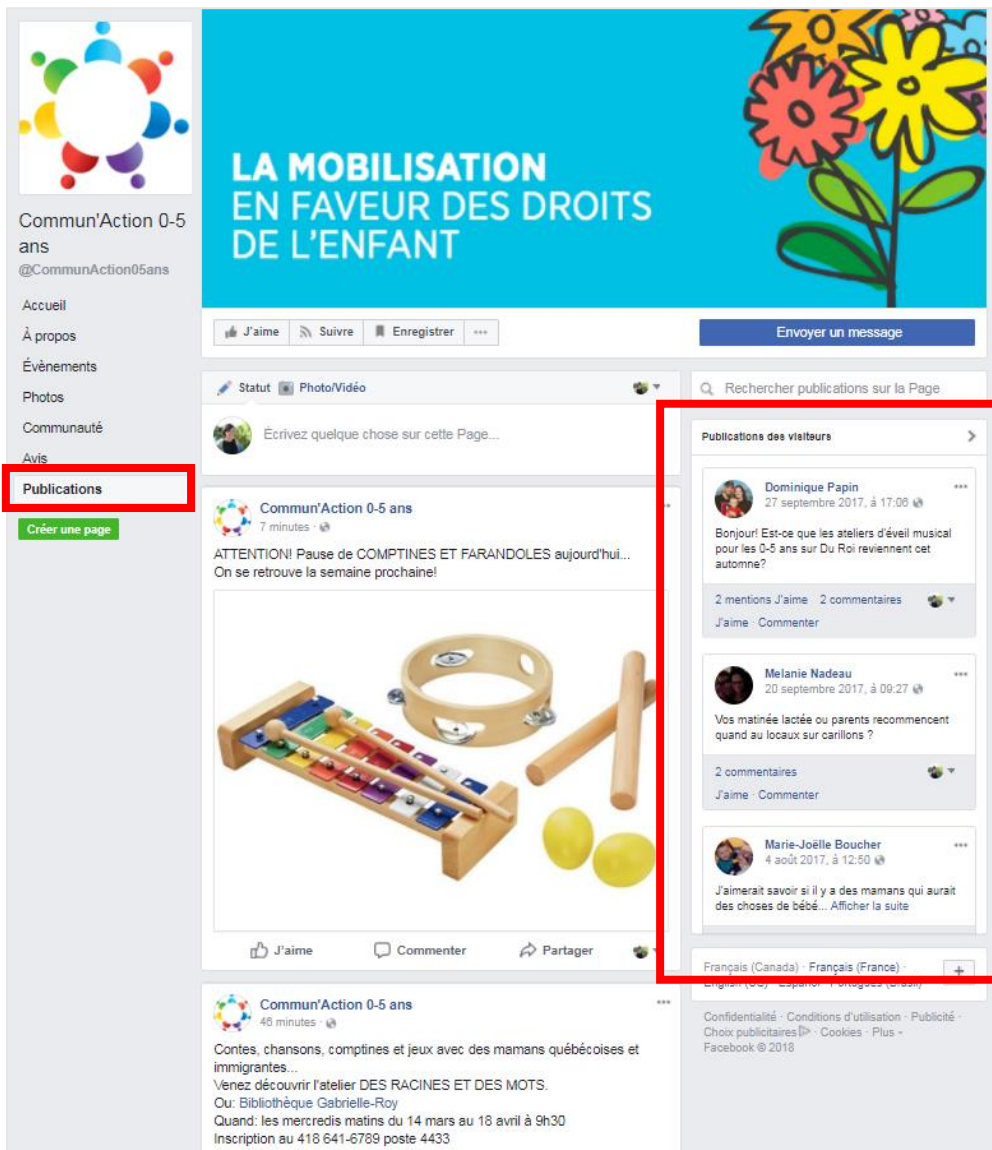
Les pages et les groupes ont plusieurs points en commun : ils comportent chacun un **mur d'actualités** et offrent la possibilité d'ajouter des **photos** et des **vidéos** ou encore de créer des **événements** ou des **sondages**.

➤ Exemple d'une page Facebook

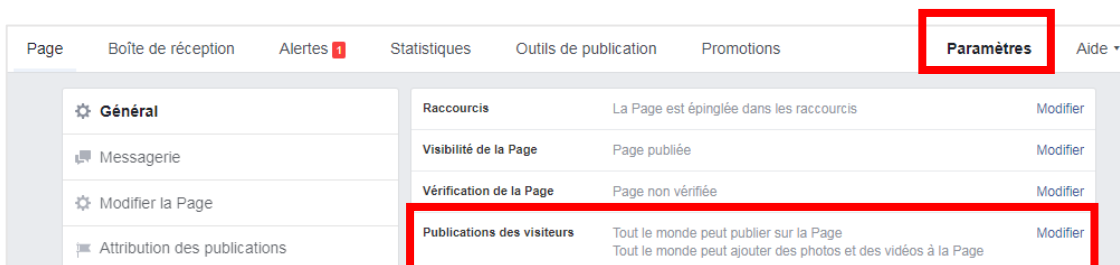
Seules les publications de l'organisme sont visibles sur la page Facebook, sous «**Accueil**».

The screenshot shows the Facebook profile of the 'Comité 0-5 ans de Villeray'. The left sidebar contains a navigation menu with 'Accueil' highlighted in red. The main content area features a large invitation for a meeting on 'dimanche 18 février' from 9h30 to 11h30 at the 'Centre Lajeunesse' (7378, rue Lajeunesse) in 'Salle 309'. A callout bubble specifies 'HAUTE-GARDERIE GRATUITE' with a registration deadline of '14 février, 17 h'. Below the invitation, contact information for Andréanne Dubois is provided. The right sidebar shows page statistics (185 likes, 201 followers) and a list of liked pages including 'CPE Au Petit Talon', 'CPE Chez-Nous Ch...', and 'Soutien aux Nouvea...'. At the bottom, a post from February 7th features a group photo of the committee and a text announcement: 'Le Comité de parents 0-5 ans de Villeray est heureux d'avoir eu le privilège d'échanger avec les représentants du Centre de Loisirs communautaires Lajeunesse et de Espace Famille Villeray pour bonifier l'offre de loisirs pour les enfants de 0 à 5 ans du quartier. Une belle rencontre d'écoute et d'idées!'.

Pour voir les publications des visiteurs\*, rendez-vous sous «Publications» dans le menu de gauche.



\*Vous pouvez voir les publications des visiteurs sur votre page si vous n'avez pas désactivé la fonction permettant aux visiteurs de publier sur votre page dans vos paramètres de page.



- **Exemple de groupe Facebook** : le groupe [Dialogue en évaluation](#), créé en juin 2016 à l'issue de la [Journée sur le dialogue en évaluation](#) organisée par Avenir d'enfants. **Il faut avoir un compte Facebook pour pouvoir se joindre à des groupes.**

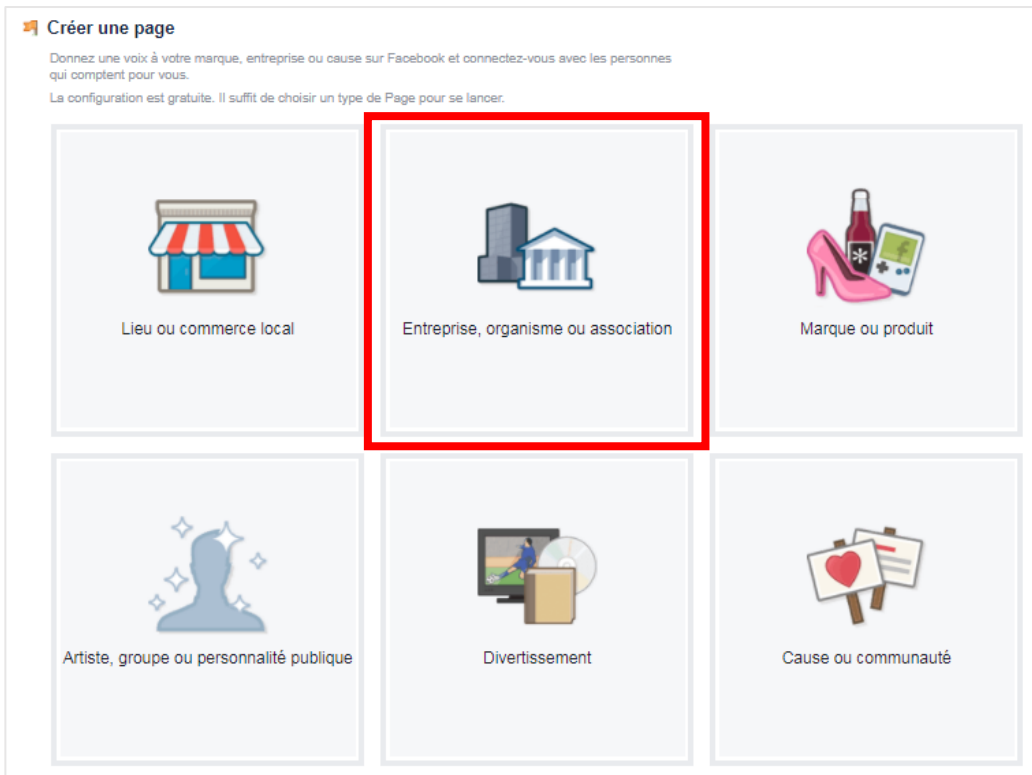
Tous les membres d'un groupe peuvent publier sur le mur d'actualités du groupe. Ces publications sont alors visibles à tous les membres du groupe.

The screenshot shows the Facebook group interface for 'Dialogue sur l'évaluation'. The group cover features the title 'Dialogue sur l'évaluation' in purple and green text. Below the cover, it indicates the group is administered by 'Avenir d'enfants'. The interface includes a navigation bar with options like 'Membre', 'Alertes', 'Partager', and 'Plus'. The main content area shows a post by 'Mélanie Bisson' from 'Innoweave | Événements' dated '1 mars, à 16:11'. The post text reads: 'En guise de hors-d'oeuvre avant le webinaire d'Introduction à l'évaluation évolutive qui aura lieu le 5 avril (animé par Alain Meunier de Communagir); l'atelier en ligne Accélérateur d'Impact, le 15 mars prochain. Énoncé d'impact et schéma de transformation sociale au menu. Toutes les infos sur notre page Événements! Au plaisir de vous y retrouver.' On the right side, there is a section for 'UN GROUPE DE' with the group name 'Avenir d'enfants', description 'Organisme sans but lucratif', and '7 573 aiment ceci'. Below this is a section for 'AJOUTER DES MEMBRES' with a search input field. The 'MEMBRES' section shows '218 membres' and a list of member profile pictures. At the bottom right, there is a button to 'Écrire une publication' and a notification: 'Vous avez 2 nouveaux membres cette semaine. Écrivez une publication pour leur souhaiter la bienvenue.'



## Création d'une page Facebook

- Accédez au lien qui suit : <https://www.facebook.com/pages/create>
- Cliquez sur une catégorie de Page pour la sélectionner.
- Sélectionnez une catégorie plus précise dans le menu déroulant et ajoutez les informations demandées.
- Cliquez sur Démarrer et suivez les instructions affichées à l'écran



Vous pourrez modifier votre **photo de profil** et votre **photo de couverture** par la suite.



Dans la section «**À propos**», prenez soin de détailler votre mission et vos activités. C'est l'occasion de mettre en valeur ce que vous faites et de permettre ainsi au lecteur de saisir rapidement l'essence de votre travail! N'oubliez pas d'inclure les coordonnées de votre organisme, incluant l'adresse de votre site web, si vous en avez un.

**À propos** [Suggérer des modifications](#)

**Informations sur la page**

📅 Début le 23 avril 2013

**COORDONNÉES**

☎ Appeler (450) 465-1441

@agirenfants

✉ agirensemble.sthubert@gmail.com

🌐 <http://www.outourdestout-petits.ca/tpe>

**En savoir plus**

📄 **À propos**  
Agir ensemble pour le développement des enfants est un projet parrainé par la Table des partenaires en petite enfance de Saint-Hubert.

🏠 **Communauté**

**ACTUALITÉ**

Le projet vise trois grandes orientations: l'attachement, les habiletés parentales et la prévention des retards de langage.

Notre objectif est d'Agir ensemble, avec les parents, pour le bien-être des enfants et ainsi contribuer au succès de leur intégration au milieu scolaire.

Mentionnons également que le projet est soutenu financièrement par Avenir d'enfants.

📅 **Étapes importantes**

2013 Début le 23 avril 2013

## Création d'un groupe

- Cliquez sur le triangle complètement en haut à droite dans Facebook et sélectionnez «Créer un groupe».
- Saisissez le nom de votre groupe, ajoutez-y des membres et choisissez les paramètres de confidentialité.
- Cliquez sur Créer.
- Après avoir créé votre groupe, vous pouvez importer une photo de couverture et ajouter une description pour le personnaliser.



- **Exemples de groupes :** Plusieurs groupes Facebook ont été créés pour [la Voix des parents](#) si on se fie aux résultats du moteur de recherche Facebook (voir capture d'écran ci-dessous).

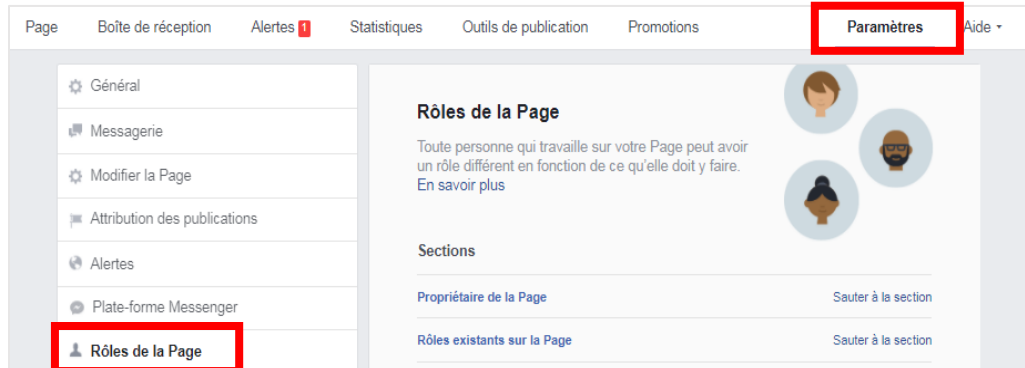


- **Exemple de description d'un groupe :** «Vous trouverez ici un ensemble de ressources que l'on croit pertinentes et intéressantes lorsqu'on est parent ou que l'on est en voie de l'être. L'objectif est de faciliter l'accès à l'information et de vous permettre de connaître les activités qui ont lieu sur le territoire de la Haute-Saint-Charles et des environs. Nous vous invitons à consulter la section «Fichiers» disponible dans Infos, afin d'y trouver les liens et les documents vers les ressources.» (Groupe «[Les parents de la Haute-Saint-Charles et environs - La Voix des Parents](#)»)

## Publier du contenu et interagir sur Facebook

### Comment publier du contenu sur la page Facebook de son organisme?

Tout d'abord, assurez-vous d'avoir le rôle d'administrateur ou d'éditeur sur votre page. Rendez-vous dans la section «Paramètres» pour consulter les différents rôles attribués à votre page et en apprendre plus sur chacun d'eux.

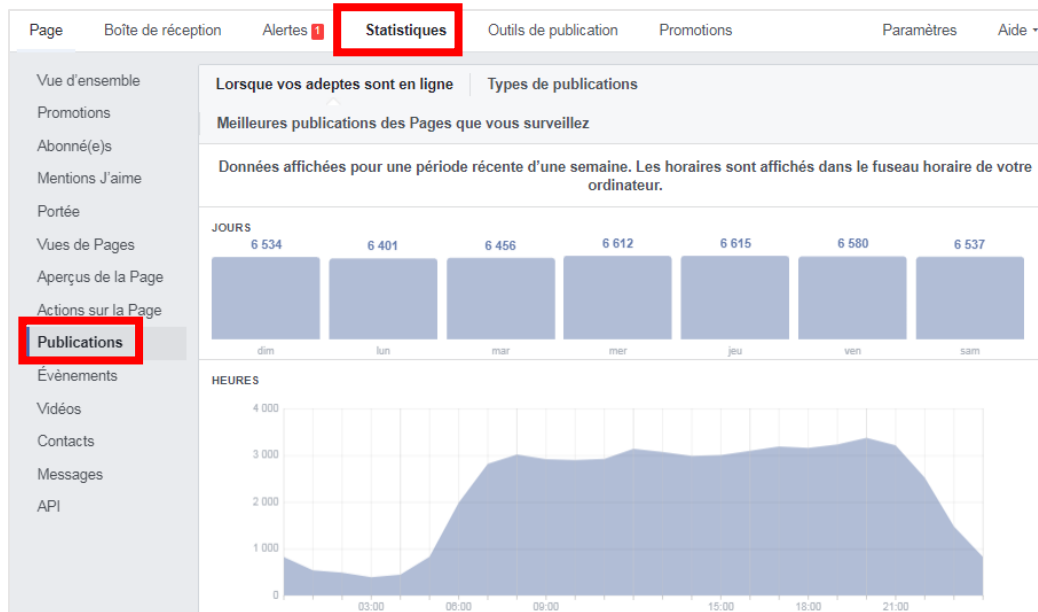


Avoir une forte présence sur les médias sociaux est un excellent moyen de **mobiliser une communauté** autour de vos projets.

Cela dit, il est recommandé de **publier régulièrement** sur sa page Facebook, idéalement un minimum de 1 à 3 publications par jour, pour la garder active et y attirer des visiteurs.

Vous aurez ainsi une meilleure idée du contenu que ces derniers préfèrent et en saurez davantage sur leurs habitudes de consultation.

Pour savoir à quel moment il est préférable de publier sur votre page, rendez-vous dans la section «Statistiques» sous «Publications».

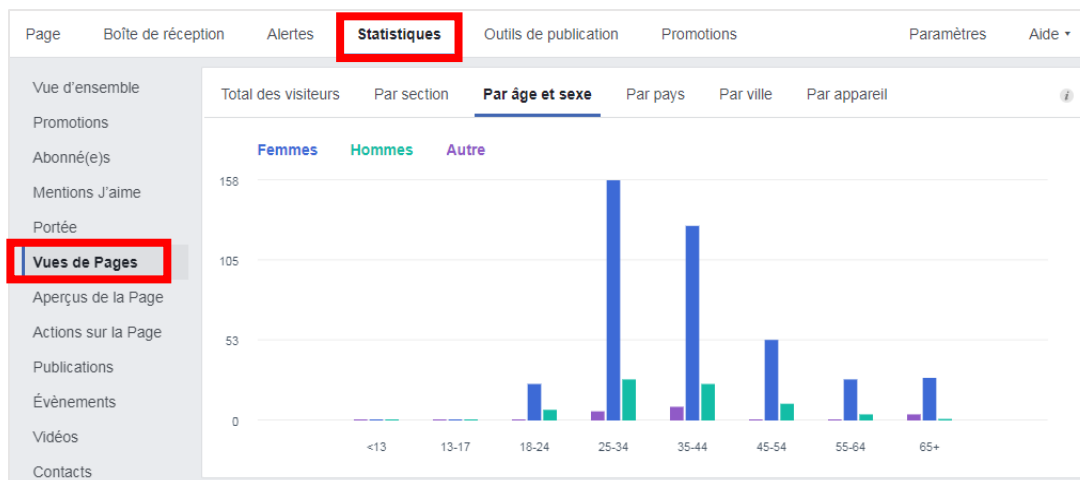


Vous pouvez ainsi voir à quel moment de la journée vos utilisateurs sont en ligne et planifier vos publications en conséquence.

Dans le cas de la page Facebook d'Avenir d'enfants, les heures auxquelles les visiteurs sont plus souvent en ligne sont autour de 8 h, 12 h, 17 h et 20 h.

Dans la section «Statistiques», en naviguant à travers les rubriques de la colonne de gauche, vous pouvez également suivre la progression de vos Mentions j'aime, de la portée de vos publications (nombre de personnes atteintes) et du nombre de réactions (commentaires, partages, mentions j'aime) sur vos publications.

Dans «Vues de Pages», il vous est aussi possible de connaître, entre autres, la catégorie d'âge et le sexe de votre audience.



N'hésitez pas à **vous adresser directement à votre public** en lui posant des questions ou en lui demandant son opinion afin d'engager le dialogue et de susciter des interactions.

Évidemment, prenez soin également de **répondre aux questions** de vos utilisateurs.



Évitez les publications comportant **trop de texte** et **mettez sur des visuels accrocheurs**, des photos ou des vidéos de courte durée (recommandation : environ une minute).

**Astuce :** si vous n'avez pas accès à des logiciels tels que Photoshop pour redimensionner vos photos ou faire des montages, vous pouvez vous [créer un compte gratuitement sur Canva](#).

**Commun'Action 0-5 ans**  
26 février, à 10:29

Demain, c'est le Café-ressources à l'Espace-Familles de 9h30 à 11h30. Thématique libre, on jase et on boit un bon café!  
Deux animatrices présentes sur place pour jouer avec les enfants.



30 JANVIER	Animaux exotiques et petits rongeurs en visite	20 MARS	Le livre pour apprendre mais surtout pour s'émerveiller
6 FÉVRIER	Les services de santé dans nos quartiers	27 MARS	Thématique libre
13 FÉVRIER	Être « prêt » pour l'école, ça veut dire quoi ?	3 AVRIL	On joue dehors!
20 FÉVRIER	La maternelle 4 ans, on en parle!	10 AVRIL	L'Éducation à travers les cultures
27 FÉVRIER	Thématique libre	17 AVRIL	Thématique libre
13 MARS	Petit moment de philosophie...	24 AVRIL	Le développement moteur chez les 0-5 ans

ACTIVITÉ GRATUITE  
Pour informations, contactez-nous au 418 780-3330 ou au [communaction05@gmail.com](mailto:communaction05@gmail.com) ou [www.communaction05.ca](http://www.communaction05.ca)

**Cal en bourg 0-5 ans**  
13 février, à 19:00

Le bureau coordonnateur du CPE L'Antre-Temps vous invite à une soirée d'informations à propos des services de garde en milieu familial subventionnés.  
Bienvenue à tous!



Soirée d'information pour les gens intéressés par la garde en milieu familial - Cal en Bourg 0-5 ans  
Le bureau coordonnateur du CPE l'Antre-Temps vous invite à participer à la soirée d'information qui aura lieu à Sainte-Agathe le 22 février prochain, à 18h30. Cette...  
CALENBORG.COM

- [Consultez le guide de la taille des images sur les réseaux sociaux du blog du modérateur](#)
- [Visionnez les vox-pop réalisés par Avenir d'enfants lors de la Journée sur le dialogue en évaluation](#)



**Variez vos contenus** en abordant, par exemple, différents thèmes d'une semaine à l'autre afin de maintenir l'intérêt de vos utilisateurs envers votre page.

Notez les dates importantes dans un calendrier; les journées et événements thématiques, les événements organisés par votre organisation ou par des partenaires, etc.

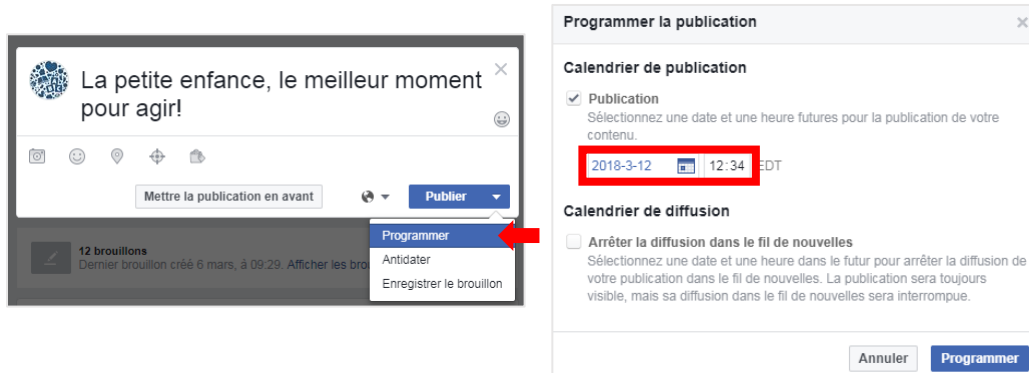
Demeurez à **l'affût de l'actualité** et faites des liens avec vos projets et ce que vous vivez au sein de votre organisme!

**Astuce** : Enregistrez des **brouillons** de vos publications avant de les publier pour pouvoir **vous ajuster** au besoin. Dans votre publication en cours, cliquez sur la flèche à droite du bouton «Publier», puis sur «Enregistrer le brouillon».



Saviez-vous qu'il est aussi possible de **programmer ses publications** à l'avance sur sa page Facebook d'organisme?

Cliquez sur «Programmer», puis déterminer le jour et l'heure auxquelles vous souhaitez que votre publication soit publiée.



**Conseil :** Si vous détenez une information exclusive concernant un événement ou un projet que vous souhaitez diffuser auprès de votre public, partagez-la dès que possible afin de conserver l'effet de nouveauté et de primeur.

De plus, n'hésitez pas à interpellier directement tout organisme ou partenaire susceptible d'être intéressé par vos contenus en **les identifiant dans vos publications**.



- Exemples de publications : Sur les deux publications ci-dessous, nous retrouvons deux infographies tirées de [l'initiative Perspectives parents](#).

Publication #1

**Avenir d'enfants**  
7 juin 2017 · 🌐

INFOGRAPHIE | Connaissez-vous la réalité des parents issus de l'immigration dans votre communauté? Consultez notre nouvelle infographie issue de l'initiative #PerspectivesParents!

**PARENTS ISSUS DE L'IMMIGRATION:**  
des **RÉALITÉS** à prendre en compte

**15 000** parents de Québec se sont exprimés sur la parentalité dans le cadre de l'initiative Perspectives parents

**Parmi les répondants, 25% des parents sont nés à l'extérieur du Canada**

Ils sont plus nombreux dans ces régions:

OUEST-QUÉBEC LAVAL MONTRÉAL CAPITALE-NORD

Ils sont aussi:

- globalement plus scolarisés: 58% ont un diplôme universitaire
- plus nombreux à avoir un grand besoin en information sur la santé et les soins socio-familiaux

Perspectives parents - Agir tôt

Une nouvelle infographie tirée des résultats de Perspectives parents, disponible pour téléchargement et partage!

AGIRTOT.ORG [En savoir plus](#)

Publication #2

**Avenir d'enfants**  
27 décembre 2017 · 🌐

Les employeurs qui soutiennent les parents contribuent aussi au développement des #toutpetits!

«Family-work balance: a tricky balancing?» : English version is available on our website! <http://bit.ly/2BvGuXE>

**CONCILIER FAMILLE ET TRAVAIL:**  
**UN ÉQUILIBRE DÉLICAT?**

**15 000** parents d'enfants de 0 à 9 ans de Québec se sont exprimés sur la parentalité dans le cadre de l'initiative Perspectives parents

Parmi les parents qui occupent un **emploi salarié**,

**54%** des parents ont accès à une ou deux mesures de conciliation famille-travail

- 56% ont accès à un horaire flexible
- 54% prévoient se prévaloir de congés payés pour des raisons familiales
- 27% ont accès à l'aménagement et la réduction du temps de travail
- 20% ont la possibilité de travailler à leur domicile

**Mais ATTENTION!** 22% des parents ont un grand besoin en information sur la santé et les soins socio-familiaux

**En l'absence de mesures facilitant la conciliation famille et travail, les parents ont plus de besoins à:**

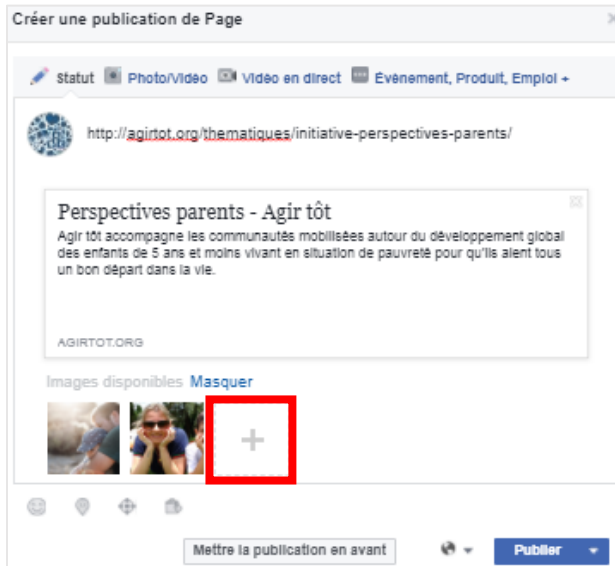
- vivre une famille sentiment d'efficacité parentale
- vivre un faible sentiment de satisfaction parentale
- subir un stress parental
- se considérer en moins bonne santé

**LES EMPLOYEURS QUI SOUTIENNENT LES PARENTS CONTRIBUENT AUSSI AU DÉVELOPPEMENT DES TOUT-PETITS.**

AVENIR D'ENFANTS

Dans la publication #1, un **lien URL** menant vers la page de l'infographie sur [agirtot.org](http://agirtot.org) a **d'abord été copié-collé** dans le texte de la publication.

En procédant de la sorte, Facebook offre par la suite la possibilité de télécharger une image pour compléter la publication.



En cliquant sur le « + », nous avons alors ajouté l'image du début de l'infographie, préalablement ajustée au bon format (1200 x 628 pixels) grâce à un outil d'édition d'images (exemple : Photoshop ou [Snagit](#)).

Puis, nous avons remplacé le texte de l'URL par le message à publier. Avant de publier, nous avons enregistré un brouillon pour voir si l'image de l'infographie s'affichait tel que désiré dans la publication.



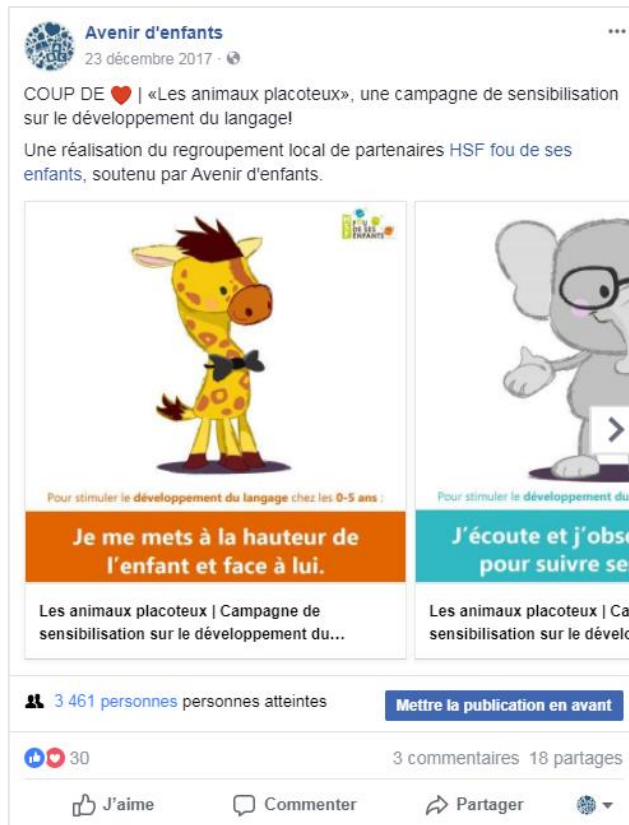
Dans la publication #2, l'image de l'infographie (format JPEG) a simplement été téléchargée en photo, puis le texte et le lien URL ont été ajoutés par la suite.



En général, si vous souhaitez que les gens se dirigent vers votre site web, la publication #1, de par son bouton «En savoir plus», incitera davantage les gens à cliquer pour aller visiter votre site Web.

En revanche, celle de droite risque de susciter davantage de partages; les gens sont en mesure de cliquer sur l'image pour l'afficher dans son intégralité et ainsi la consulter directement sur Facebook.

**Astuce :** Créez un carrousel photos en ajoutant plusieurs photos à votre publication.



Pour ce faire, vous devez d'abord copier-coller un lien URL dans le texte de la publication.

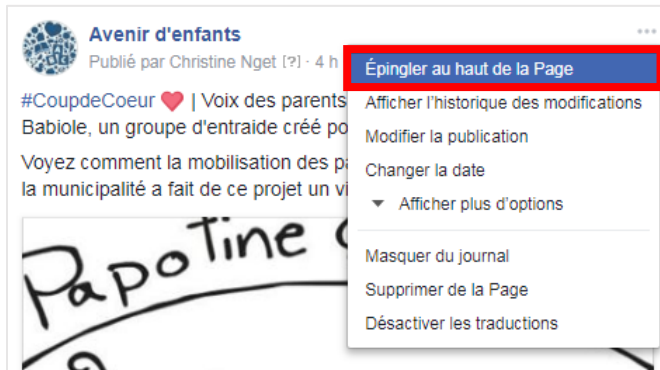


Puis, cliquez sur le « + » pour ajouter des photos à votre publication.

Vous pouvez alors **changer l'ordre des photos** en déplaçant les vignettes miniatures de vos images, de même que changer le texte sous chacune des photos ainsi que le lien URL auquel vous souhaitez que chaque image dirige l'internaute.



**Astuce :** Pour garder une publication importante bien visible aux yeux de vos visiteurs, vous pouvez «épingler» une publication au haut de votre page. Attention toutefois de ne pas oublier de la «détacher du haut» une fois que vous n'avez plus besoin qu'elle soit mise de l'avant!





## Comment télécharger et publier une vidéo sur Facebook?

Vous pouvez publier une vidéo de la même façon que lorsque vous souhaitez publier des photos dans une publication Facebook.



**Conseil :** Si votre organisme a créé des vidéos et que vous souhaitez les partager sur votre page Facebook d'organisme, il est recommandé de les **télécharger directement sur Facebook**, plutôt que de copier-coller un lien YouTube, afin de maximiser le nombre de vues de vos vidéos.

En effet, Facebook privilégie le contenu hébergé sur sa plateforme au contenu partagé sur d'autres plateformes.

Toutefois, nous vous recommandons d'aller **déposer également vos vidéos sur YouTube** afin de les archiver et de les retrouver plus facilement. Vous pourriez même vous créer **une chaîne vidéo** au nom de votre organisme et avoir différentes **playlists**.

Privilégiez les vidéos de **courte durée** sur Facebook et utilisez YouTube pour déposer vos vidéos, en particulier celles de plus **longue durée** (des conférences que vous auriez filmées, par exemple).

- [Apprenez-en davantage sur l'utilisation de YouTube](#)

Les vidéos sur Facebook sont en **auto-play** (en sourdine), donc il importe de captiver son auditoire en quelques secondes.

Avoir des **sous-titres** est un plus! Le nouvel outil d'importation vidéo de Facebook vous permet de le faire directement sur la plateforme.

The screenshot displays the Facebook video upload interface. At the top, there is a header "Ajoutez un titre à votre vidéo ici..." with a "100%" progress indicator. Below this, the "Ajouter une vidéo" section is visible, containing several options: "Détails de la vidéo", "Miniature", "Diffusion", "Sous-titres et légendes (CC)", "Suivi", and "Outils 360 Director". The "Sous-titres et légendes (CC)" option is highlighted with a red rectangular box. A blue tooltip is also present, stating: "Bienvenue dans le nouvel outil d'importation de vidéos. Accédez à tous les outils dont vous avez besoin pour importer votre vidéo en un même endroit." The "Enregistrer comme" and "Publier" buttons are visible at the bottom of the interface.

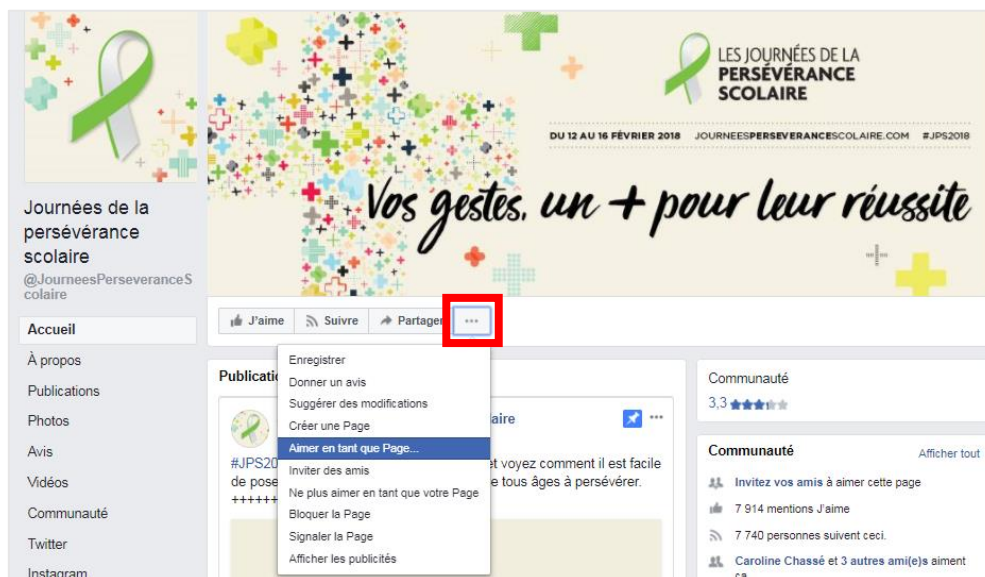
## Aimer, commenter et partager du contenu en tant que page d'organisme

Engagez la conversation et créez des interactions avec des pages d'organismes ou de partenaires œuvrant dans votre milieu.

En plus de les identifier (« taguer ») dans vos publications lorsque cela s'applique, « aimez » à votre tour leurs publications, commentez-les ou partagez-les sur votre page!

Voici **quelques astuces** pour vous assurer d'aimer, commenter et partager du contenu en tant que votre **page d'organisme**, et non en tant que votre page personnelle.

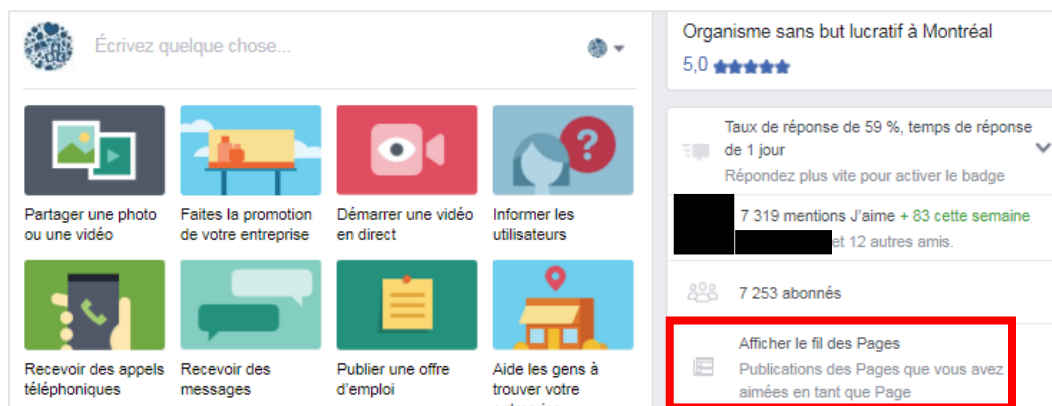
- Pour « aimer » une page **en tant que votre page** d'organisme, cliquez sur les trois petits points au haut de la page que vous souhaitez suivre, puis sur « Aimer en tant que Page ».



- Pour « aimer », commenter ou partager une publication en tant que votre page d'organisme, cliquez sur le petit triangle en bas à droite et assurez-vous qu'il s'agit bien de la photo de votre page d'organisme qui apparaît, et non votre photo de profil Facebook personnel.



**Astuce :** Pour consulter les publications des pages aimées en tant que votre page d'organisme, accédez à votre page et cliquez sur « Afficher le fil des Pages » dans la colonne de droite de votre page.



## Procédure pour les vidéos Facebook live

Vous animerez ou assisterez à un **événement** qui vous paraît intéressant à diffuser en Facebook Live, en tout ou en partie, sur la page Facebook de votre organisme? **Voici la procédure à suivre!**

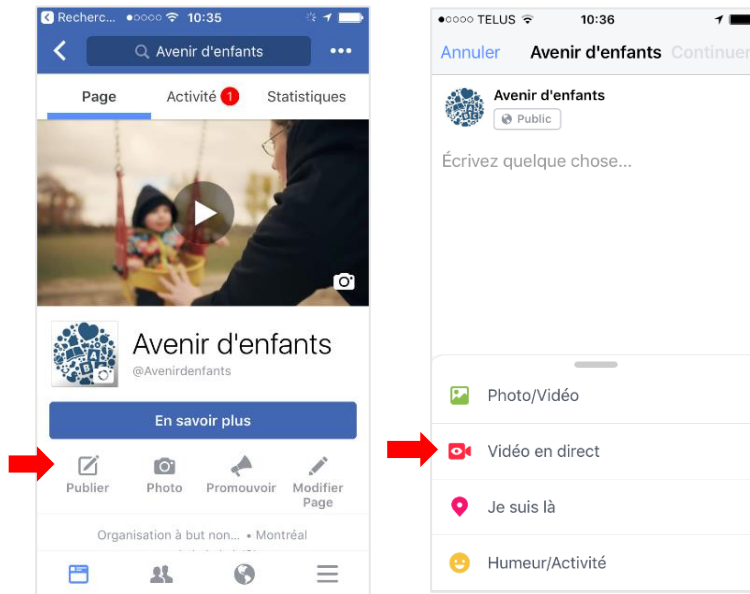
### Avant l'événement

1. Fournissez à l'avance les détails de l'événement (où, quand, qui, quoi, durée) à la personne qui s'occupe des réseaux sociaux au sein de votre organisme. Planifiez votre stratégie de diffusion en collaboration avec cette personne.
2. Assurez-vous d'avoir installé l'application Facebook sur votre téléphone.
3. Demandez un accès temporaire d'administrateur Facebook (ou de contributeur direct) à la personne responsable des médias sociaux.
4. Pour filmer une présentation ou une conférence, assurez-vous d'avoir la permission de l'organisateur de l'événement. **Matériel requis** : un téléphone intelligent ou un iPad. Facultatif : écouteurs, trépied, micro externe pour cellulaire ou iPad.
5. Si possible, faites un test avant l'événement sur une page Test, surtout si vous n'avez pas encore fait de Facebook live avec votre téléphone.

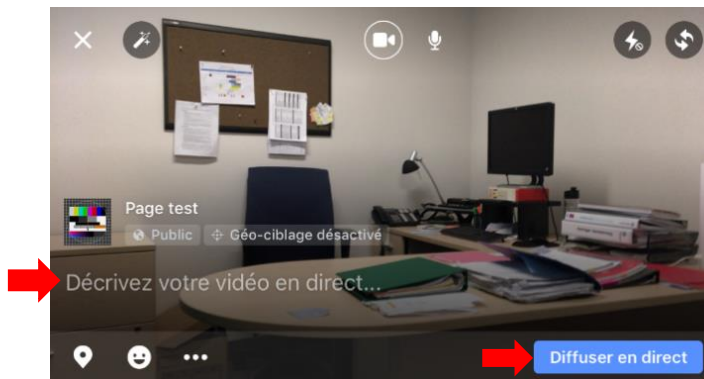
### Procédure technique

1. S'il s'agit d'un Facebook live tourné d'un point fixe, assurez-vous d'avoir une place assez près de la personne qui parle afin de bien capter le son. Assurez-vous également de disposer d'une bonne connexion Internet (connexion Wi-Fi idéalement, mais 4G peut faire l'affaire aussi).
2. Ouvrez votre Facebook et choisissez la page de votre organisme.
3. Appuyez sur **Publier**, puis sur **Vidéo en direct**. Facebook vous demandera de lui donner accès au micro et à l'appareil photo – il faut l'autoriser.

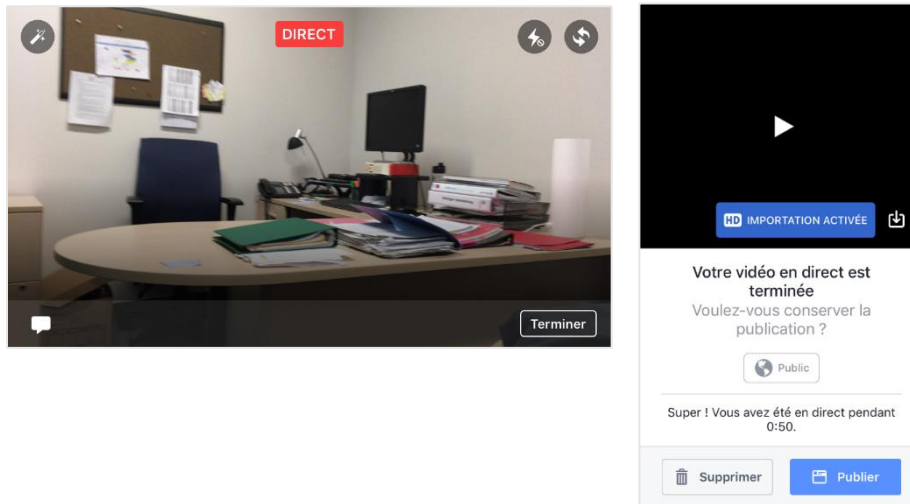
- Exemple avec la page Facebook d'Avenir d'enfants :



4. Écrivez la description de l'événement (vous pouvez la rédiger ou la modifier par la suite). Appuyez sur Diffuser en direct.



Un décompte de 3 secondes se fait puis l'enregistrement *live* démarre. Notez qu'il y a un décalage d'environ 10 secondes entre le vrai *live* et ce que vous filmez. Aussi, lorsque vous appuyez sur arrêt à la fin, il y a un délai d'environ 5 secondes avant que l'enregistrement cesse complètement.



5. Pour que la vidéo que vous venez d'enregistrer en direct soit publiée sur votre page, vous devez cliquer sur **Publier**, sinon les gens ne pourront pas la visionner plus tard.
6. **Important** : Demandez à un collègue de suivre votre captation en direct à partir de son ordinateur question de s'ajuster rapidement si un pépin de son ou d'image survient. Il pourra aussi intervenir rapidement si quelqu'un écrit un commentaire ou pose une question durant la captation. Restez à l'affût!

**Conseil** : Il peut être intéressant de faire des vidéos en direct (Facebook live) lorsque vous souhaitez annoncer une nouvelle en primeur, diffuser une conférence en direct susceptible d'intéresser votre public, ou simplement vous adresser directement à ce dernier dans un questions-réponses en lien avec un sujet en particulier, par exemple.

Pour faire un retour sur un événement, ou diffuser des témoignages ou des vox-pop, par exemple, enregistrer préalablement une vidéo puis la télécharger sur Facebook peut être plus approprié.

**Attention :** Assurez-vous toujours de demander le consentement des gens qui seront filmés (ou photographiés) avant de publier quoi que ce soit sur les médias sociaux.

Sinon, assurez-vous, surtout s'il s'agit d'enfants, qu'on ne puisse identifier les visages. Si, par exemple, vous désirez filmer une activité parents-enfants qui a lieu dans votre organisme, nous vous recommandons de faire signer un formulaire de consentement aux parents.

- [Exemple de formulaire de consentement](#)

### Stratégie de diffusion

Informez votre audience de la tenue de votre Facebook live en publiant une annonce de l'événement la veille ou plus tôt dans la journée. Si le cas s'y prête, n'hésitez pas à partager de l'information entourant cet événement!

- [Exemple sur la page Facebook d'Avenir d'enfants :](#)

**Avenir d'enfants** était en direct.

Publié par Christine Nget (?) · 30 novembre 2017 · 🌐

Et c'est parti pour la Journée de réflexion "L'accompagnement des familles: une approche de proximité aux milles visages" organisée par le Collectif estrien 0-5 ans, réunissant 150 partenaires de la région à Saint-Camille!  
Restez à l'affût, nous diffuserons la conférence de M. Jean-Pierre Gagnier en direct sur notre page Facebook vers 13h!

06:25

🟢 **Obtenez plus de mentions « J'aime », de commentaires et partages.**  
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde.

👤 1 920 personnes personnes atteintes [Mettre la publication en avant](#)

👍👎👉 18 2 commentaires 5 partages



## Création d'un événement

- Cliquez sur **Événements** dans le menu de gauche de votre fil d'actualité.
- Cliquez sur **+ Créer un événement** sur le côté gauche.



- Cliquez pour choisir entre un événement **privé** ou **public**. Si vous créez un événement public, vous pouvez indiquer que l'organisateur est soit vous-même (votre compte Facebook personnel sera alors associé à l'événement), soit **la page d'organisme** que vous gérez. Vous ne pourrez plus changer les paramètres de confidentialité de l'événement une fois ce dernier créé.
- Saisissez le nom de l'événement, les détails, le lieu et l'heure. Si vous créez un événement public, vous pouvez :
  - ajouter plusieurs dates et heures;
  - sélectionner une catégorie pour votre événement;
  - ajouter des mots-clés à propos de votre événement;
  - ajouter un lien vers un site web de billetterie pour votre événement au besoin.
- Cliquez sur **Créer**.

Vous pourrez ensuite accéder à la page de votre événement et y inviter des personnes, télécharger des photos, partager des publications et modifier les informations relatives à l'événement.

**Conseil :** Si vous souhaitez que les gens s'inscrivent à votre événement, assurez-vous de bien détailler les modalités d'inscription, qu'il s'agisse de confirmer leur présence par courriel, par téléphone ou via un système de réservation comme Eventbrite, par exemple. Le simple fait de cliquer «J'y vais» ne devrait pas être reçu comme une confirmation officielle.

En ce sens, l'objectif d'un événement Facebook est surtout de **faire connaître votre événement** auprès de votre public cible.

Vous pouvez publier directement dans la page de l'événement pour faire un rappel de l'événement, le couvrir en simultanément ou encore faire un retour en photos ou en vidéos.

- **Exemple d'une page d'événement** organisé par [Agir ensemble pour le développement des enfants](#) :

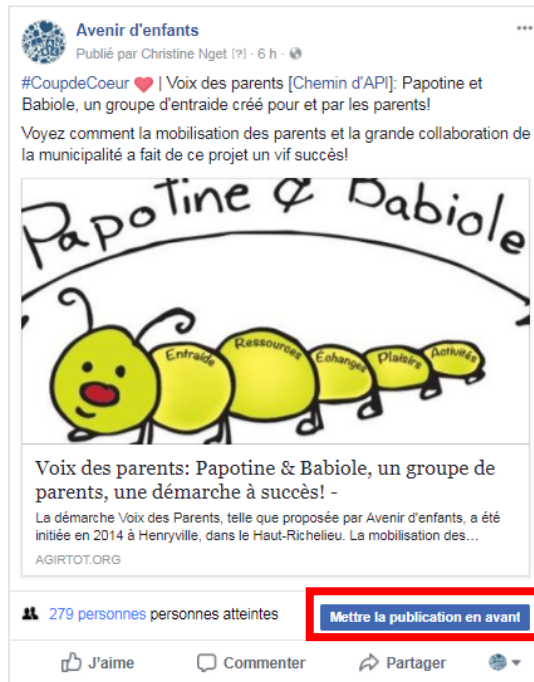


## Promotion et publicité sur Facebook : quelques notions

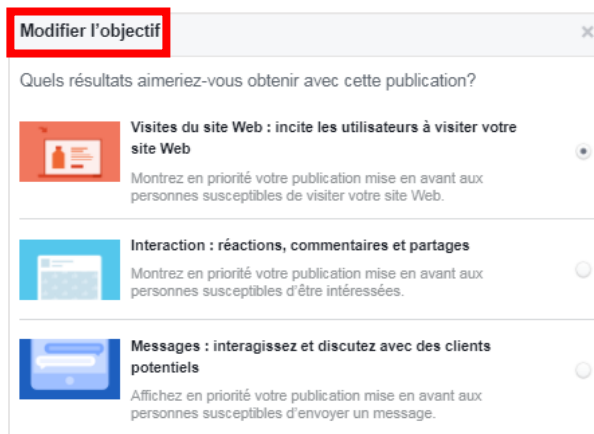
### Mettre de l'avant une publication

Vous avez un peu de budget à allouer à la publicité?

L'une des manières les plus rapides d'atteindre un plus grand nombre de personnes sur Facebook est de **mettre en avant une publication (ou «booster un post»)** sur votre page Facebook.



En cliquant sur «Mettre la publication en avant», vous serez d'abord invités à choisir un objectif parmi ceux proposés par Facebook :



Puis, vous pouvez ajouter un bouton à votre publication et choisir votre auditoire en déterminant les caractéristiques de votre public cible. Vous pouvez enregistrer des auditoires personnalisés ou choisir parmi les options proposées par Facebook.

The screenshot shows the Facebook ad creation interface. The 'BOUTON PUBLIER (facultatif)' section is highlighted with a red box. Below it, there is a section for adding a button to the publication, with a dropdown menu for 'En savoir plus'. The 'AUDITOIRE' section is also highlighted with a red box. It shows the target audience as 'Agirtôt.org' with a 'Modifier' link. Below that, the location is set to 'Canada : Quebec'. The targeting options are listed as follows:

- Personnes que vous choisissez de cibler
- Personnes qui aiment votre Page
- Personnes qui aiment votre Page et leurs amis
- Audiences personnalisées

Enfin, vous serez appelés à déterminer votre budget et la durée de votre mise de l'avant. Facebook vous donnera alors une estimation du nombre de personnes atteintes.

The screenshot shows the 'BUDGET ET DURÉE' section of the Facebook ad creation interface. The budget is set to '20,00 CAD'. The estimated number of people reached is '3 100 - 8 200 personnes' out of a total of '4 500 000'. The duration is set to '7 jours'. The ad is scheduled to run until '2018-3-19'. A summary box at the bottom states: 'Vous dépenserez en moyenne \$2,85 par jour. Cette publicité sera diffusée pendant 7 jours et se terminera le 19 mars 2018.'












## Créer une campagne publicitaire

Si vous avez davantage de temps à consacrer à la publicité Facebook, vous pouvez également créer une **campagne publicitaire** de A à Z à l'aide du Gestionnaire de publicités Facebook.

La publicité, contrairement à la publication mise de l'avant, n'apparaîtra pas sur votre page Facebook, mais seulement aux endroits que vous aurez préalablement déterminé dans le Gestionnaire de publicités Facebook.

De la même façon que pour la mise de l'avant d'une publication, vous aurez à choisir l'objectif de votre publicité. Vous remarquerez qu'il y a beaucoup plus de choix qui s'offrent à vous, ce qui constitue un des avantages de la publicité par rapport à la mise de l'avant.

Quel est votre objectif marketing? Aide : choisir un objectif

Sensibilisation	Considération	Conversion
 Notoriété de la marque	 Trafic	 Conversions
 Portée	 Interaction	 Ventes catalogue
	 Installations d'application	 Visites en point de vente
	 Vues de vidéos	
	 Génération de pistes de vente	
	 Messages	

Par la suite, vous devrez configurer les paramètres de ciblage de votre publicité, choisir votre type d'annonce et configurer votre publicité en y ajoutant le texte, les images, etc.

- [Créez une publicité de A à Z à l'aide du Gestionnaire de publicités Facebook](#)

## Connaître vos statistiques sur Facebook

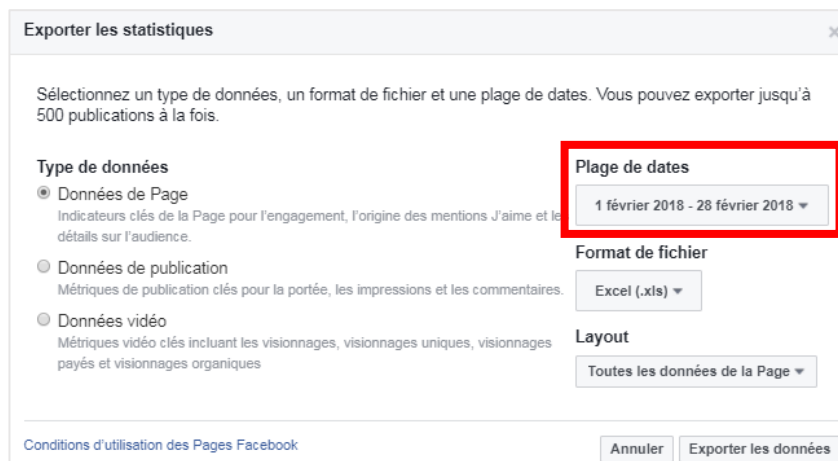
Nous vous avons présenté un aperçu de la section «Statistiques» de votre page Facebook dans la section «[Publier du contenu et interagir sur votre page](#)».

Sachez qu'il est également possible d'exporter les données de votre page Facebook (mentions «j'aime» de la page, détails sur l'audience, etc.) et les données liées à vos publications Facebook (nombre de partages, de commentaires, de mentions «j'aime», etc.) dans des fichiers Excel afin d'effectuer des rapports.

Pour ce faire, rendez-vous sous «Statistiques», dans «Vue d'ensemble», et cliquez sur «Exporter les données».



Vous pourrez alors choisir la plage de dates pour lesquelles vous souhaitez exporter des données.



- [Consultez le guide d'utilisation des statistiques de page de Facebook](#)

## Avoir un compte personnel ET un compte professionnel : oui ou non?

Laissons de côté un peu tout ce qui a trait aux pages Facebook d'organismes.

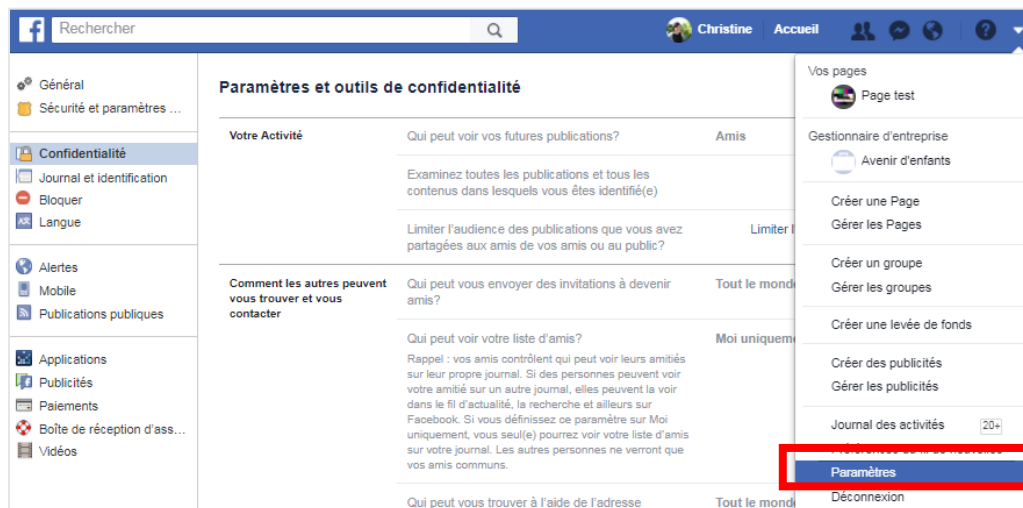
Certaines personnes choisissent d'avoir **deux comptes Facebook** : un pour les amis et la famille, et l'autre pour les activités professionnelles ou publiques.

**Attention** : on parle bien ici d'un profil Facebook, et non d'une page Facebook d'organisme, comme il en est question depuis le début de ce guide.

Si vous travaillez directement avec le public à titre d'intervenant, par exemple, il pourrait être intéressant d'avoir un compte Facebook professionnel, indépendant de votre compte Facebook personnel, que vous utiliserez pour répondre aux questions des gens qui décideraient de vous contacter via Facebook.

Si vous préférez n'avoir qu'un seul compte Facebook, nous vous recommandons de modifier vos **paramètres de confidentialité**. Vous pourrez alors faire en sorte que seuls vos amis puissent voir vos publications et créer des listes ou exclure des personnes à qui vous ne voulez pas montrer certaines publications.

- Pour ce faire, rendez-vous dans la section «Paramètres» en cliquant sur la petite flèche en haut à droite de votre page, sous «Confidentialité».



**Astuce :** Saviez-vous qu'il est possible de voir comment s'affiche votre profil Facebook aux yeux d'autres utilisateurs, qu'ils soient dans votre liste d'amis ou non, à l'aide de l'outil **Aperçu du profil en tant que?**

- Pour ce faire, accédez à votre profil, puis cliquez sur les trois petits points.



- Dans le menu déroulant, cliquez sur **Voir en tant que.**



Vous pouvez ainsi voir votre profil tel qu'il apparaît aux autres.

Pour savoir ce qu'une personne en particulier peut voir de votre profil, cliquez sur **Aperçu du profil en tant qu'une personne particulière**, inscrivez son nom dans le champ et appuyez sur Entrée.

**Conseil :** Si vous gérez plusieurs ressources (plus d'une page Facebook ou un compte Instagram en plus de votre page Facebook, par exemple), nous vous recommandons d'utiliser la plateforme **Business Manager**.

De cette façon, vous pourrez gérer vos différents comptes en un seul endroit et contrôler facilement l'accès aux personnes qui travaillent avec vous. Vous pourrez ainsi attribuer des rôles (Administrateur, Éditeur, Analyste, etc.) sur la page à des personnes de votre organisation, sans pour autant devoir les ajouter à votre liste d'amis Facebook.

Business Manager vous simplifiera ainsi la vie quant à la gestion simultanée de votre compte Facebook personnel et de vos pages Facebook professionnelles.

- [En savoir plus sur Business Manager](#)



Tel que mentionné au début de ce guide, nous avons privilégié la plateforme Facebook car nous avons observé que les regroupements locaux de partenaires et leurs organismes membres étaient plus nombreux à posséder une page Facebook qu'un compte Twitter ou LinkedIn. De plus, Facebook constitue la plateforme la plus populaire auprès des adultes Québécois<sup>1</sup>.

Ainsi, vous retrouverez dans les prochaines pages un aperçu d'autres plateformes que nous croyons qui pourraient vous intéresser.

À vous de les découvrir et d'approfondir vos connaissances de leurs usages si certaines d'entre elles vous interpellent davantage! 😊

## Twitter

### À quoi peut vous servir Twitter?

- Suivre les partenaires en petite enfance et des bailleurs de fonds potentiels
- Entrer en contact avec des influenceurs, des décideurs ou encore des journalistes
- Diffuser rapidement et fréquemment de l'information
- Fournir de l'information en continu lors de vos événements
- Accroître votre présence Web
- Demeurer à l'affût de l'actualité
- Faire de la veille

### Ce qui distingue Twitter de Facebook

Sur Twitter, vous rejoindrez davantage les influenceurs, les décideurs, les médias et certains partenaires en petite enfance, alors que Facebook vous permettra d'atteindre plus facilement les organismes communautaires, les intervenants en petite enfance et les parents, par exemple.

Les publications sont très courtes (limite de 280 caractères depuis novembre 2017 – avant, elle était de 140 caractères!) et généralement plus élevées en nombre que sur Facebook.

Le flux d'informations qui circulent sur Twitter est continu, ce qui fait en sorte que la durée de vie des publications est également plus courte que sur Facebook. Ainsi, il est recommandé de publier plusieurs fois par jour sur Twitter (3 à 5 fois, ou plus lors d'événements spéciaux), alors qu'une à trois publications par jour suffisent sur Facebook.

- [Approfondissez vos connaissances de Twitter grâce à Business Twitter](#)

---

<sup>1</sup> CEFRIO. Médias sociaux et économie de partage en ligne au Québec [document électronique], 2017.  
[https://cefrio.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-Medias\\_sociaux\\_economie\\_de\\_partage27072017.pdf](https://cefrio.qc.ca/media/uploader/NETendances2016-Medias_sociaux_economie_de_partage27072017.pdf)

## Création d'un compte Twitter

- Rendez-vous sur [le site web de Twitter](#)
  - Choisissez un **nom d'utilisateur** allant jusqu'à 15 caractères maximum – c'est grâce à celui-ci que vous pourrez vous identifier sur Twitter. Il doit permettre aux utilisateurs de vous trouver facilement sur Twitter. Le nom de votre organisation se retrouve au-dessus de votre nom d'utilisateur – ils peuvent être identiques, mais ce n'est pas obligatoire.
  - Choisissez une **photo de profil** qui représente votre organisation (votre logo, par exemple). Celle-ci apparaîtra sur la page de votre compte Twitter, mais également dans l'icône à la gauche de chacun de vos tweets. La taille recommandée est de 400x400 pixels et les formats privilégiés, JPEG et PNG.
  - Rédigez votre **biographie** en 160 caractères pour mettre de l'avant votre mission. N'oubliez pas d'inclure un lien vers votre site web.
  - Téléchargez une photo pour votre **image de bannière**. La taille recommandée est de 1500x500 pixels.
- Exemple du compte Twitter d'Avenir d'enfants

The image shows a screenshot of the Twitter profile page for 'Avenir d'enfants'. The profile picture is a circular logo with the letters 'A', 'B', and 'C' inside. The bio reads: 'Le projet collectif qu'est Avenir d'enfants participe au développement des 0-5 ans pour qu'ils aient un bon départ dans la vie et une entrée réussie à l'école.' The website listed is 'avenirdenfants.org'. The page shows 1889 tweets, 842 followers, and 1831 following. A tweet from 'Carrefour municipal' is highlighted, mentioning the 'Prix du CAMF' and 'Carrefour Action Municipale'. To the left of the profile, two red dashed boxes with arrows point to the profile name and the handle '@Avenirdenfants'. The first box is labeled 'Nom de l'organisation' and the second is labeled 'Nom d'utilisateur'.

Nom de l'organisation

Nom d'utilisateur

## Publier du contenu et interagir sur Twitter

### Comment publier du contenu sur son compte Twitter?

Rédigez votre tweet en 280 caractères maximum – vous pouvez utiliser des mots-clics (#hashtag) afin que vos publications se retrouvent dans le fil de discussion associé à un mot-clic spécifique, ou encore interpeller des individus ou des organisations en les identifiant avec leur nom d'utilisateur (@Avenirdenfants, par exemple).

Restez concis dans vos publications et permettez-vous de publier plus souvent sur Twitter que sur Facebook, particulièrement dans le cadre d'un événement.

**Quelques exemples de mots-clics :** #toutpetits, #petiteenfance, #toutpetits, #polqc, #EduQc

Si vous tweetez pendant un événement, vérifiez s'il n'y a pas un mot-clic qui a été créé pour l'occasion, ou initiez un mot-clic que vous partagerez aux participants de votre événement!



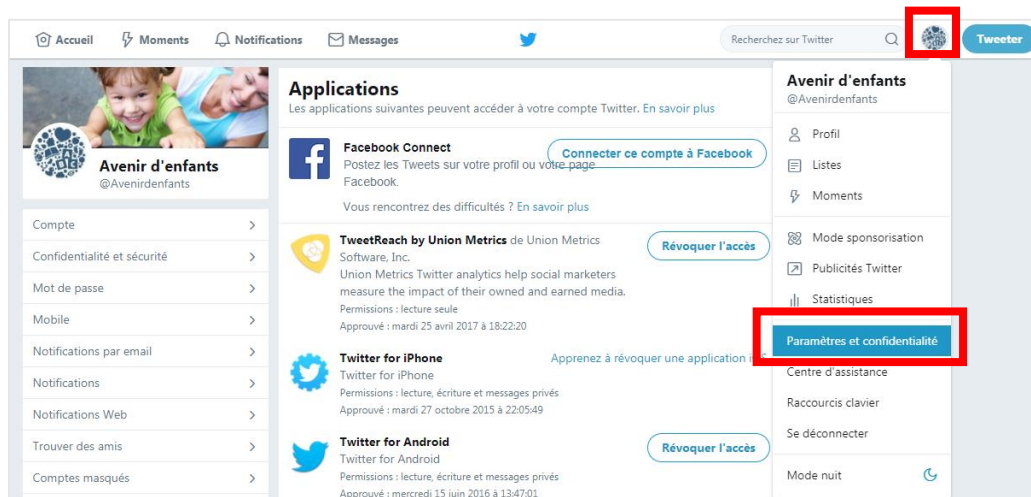
**Astuce :** Vous pouvez épingler une publication importante pour qu'elle reste au haut de votre fil d'actualités.

Pour ce faire, cliquez sur l'icône de flèche vers le bas, en haut à droite de la publication, et sélectionnez l'option «Épingler sur votre page de profil».



**Conseil :** Nous vous déconseillons de connecter votre compte Twitter à votre compte Facebook, ce qui ferait en sorte que vos publications Facebook seraient automatiquement partagées sur votre compte Twitter. Rappelons que le public cible n'est pas le même sur Facebook que sur Twitter, ni la longueur du message ou le ton!

Si vous souhaitez lier votre compte Twitter à votre compte Facebook, rendez-vous dans vos paramètres en cliquant sur votre icône en haut à droite de la page, puis sous **Applications**.



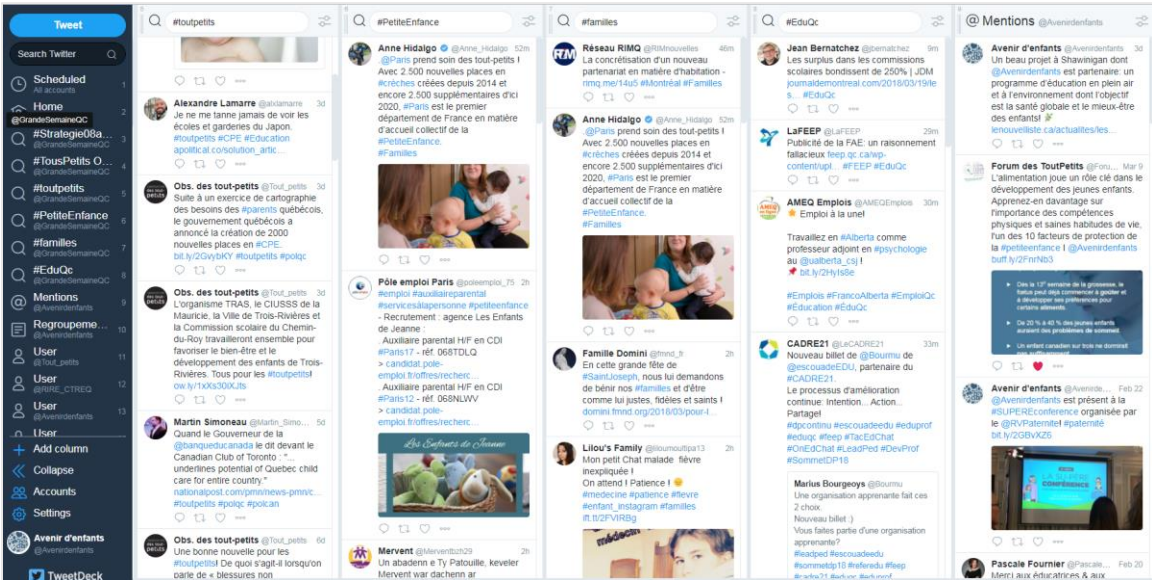
## Aimer, commenter et partager (retweeter) du contenu sur Twitter

Pour aimer, commenter ou partager une publication sur Twitter, c'est très simple : vous n'avez qu'à cliquer sur l'un des icônes qui se retrouvent au bas de la publication.



**Conseil :** Si vous désirez être plus actifs sur Twitter, nous vous conseillons d'utiliser la plateforme gratuite Tweetdeck. Celle-ci est liée à votre compte Twitter et vous permettra notamment de programmer des tweets à l'avance, d'aimer, de commenter et de partager du contenu, le tout à partir d'un seul et même endroit grâce à des flux que vous pouvez personnaliser selon les comptes dont vous souhaitez suivre l'activité sur Twitter.

➤ [Connectez-vous à Tweetdeck à l'aide de votre compte Twitter](#)



## Création de listes Twitter

Les listes Twitter vous permettent de regrouper les comptes Twitter que vous désirez suivre dans des catégories que vous pouvez nommer et personnaliser sous forme de listes. Celles-ci peuvent être publiques ou privées.

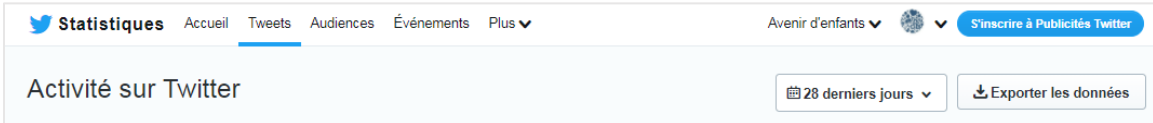
The screenshot shows the Twitter profile of 'Avenir d'enfants' (@Avenirdenfants). The profile header includes statistics: Tweets (1 869), Abonnements (842), Abonnés (1 806), J'aime (149), Listes (7), and Moments (0). The 'Listes' tab is highlighted with a red box. Below the header, the profile bio and location are visible. The main content area is divided into 'Abonné à' and 'Membre de'. Under 'Membre de', there are several categories of lists: 'Blogues' (15 membres), 'Partenaires' (41 membres), 'Santé' (87 membres), 'Culture et loisirs' (46 membres), and 'Regroupements locaux' (199 membres). Each category is accompanied by a small circular icon representing the list.

Pour créer une liste, rendez-vous tout simplement sous l'onglet «Listes», et cliquez sur «Créer une liste» dans la colonne de droite.

The screenshot shows the Twitter profile of 'Avenir d'enfants' with the 'Listes' tab highlighted in red. A dialog box titled 'Créer une liste' is open on the right side of the profile, also highlighted with a red box. The dialog box contains the text: 'Une liste est un groupe structuré d'utilisateurs de Twitter et une excellente façon d'organiser vos centres d'intérêt. En savoir plus'. Below the text is a button labeled 'Créer une liste'. The background of the profile is partially visible, showing the 'Membre de' section.

## Connaître vos statistiques sur Twitter

Tout comme sur Facebook, vous pouvez avoir accès à une foule de données statistiques sur votre compte Twitter grâce à **Twitter Analytics**.



- [Rendez-vous sur Twitter Analytics pour connaître vos statistiques sur Twitter](#)

## LinkedIn

### À quoi peut vous servir LinkedIn?

- Faire connaître votre organisme
- Partager des nouvelles et des offres d'emploi
- Mobiliser des donateurs ou partenaires d'affaires
- Créer des liens avec d'autres professionnels de votre milieu
- Joindre des groupes d'intérêts professionnels

### Ce qui distingue LinkedIn de Facebook et Twitter


La principale différence entre LinkedIn et Facebook et Twitter, c'est que LinkedIn s'adresse spécifiquement aux entreprises et aux professionnels.

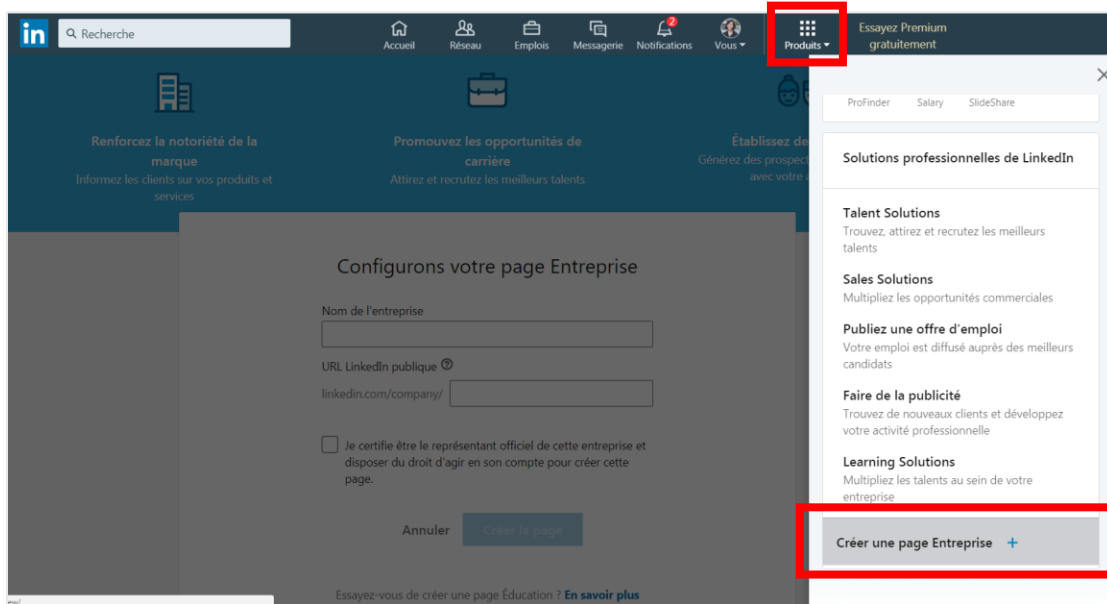
Les individus l'utiliseront pour mettre en valeur leur profil professionnel et réseauter, tandis que les entreprises s'en serviront pour publier des nouvelles sur leurs activités, des offres d'emploi ou pour entretenir des liens avec des partenaires ou des gens d'influence.



## Création d'une page LinkedIn pour organisme

Vous devez avoir un compte LinkedIn personnel pour vous connecter et être en mesure de créer une page LinkedIn pour votre organisme.

- Cliquez sur l'icône  suivante en haut à droite de la page, puis sur «Créer une page Entreprise».



- Inscrivez le **nom de votre organisation** et choisissez une URL. Les URL de toutes les pages «Entreprise» ressemblent à ceci: linkedin.com/company/[NOM DE VOTRE ENTREPRISE].
- Cochez la case de vérification pour confirmer que vous avez l'autorisation de créer une page au nom de votre organisation.
- Cliquez sur le bouton **Créer la page**.
- Si vous n'avez pas une adresse e-mail confirmée associée à votre compte LinkedIn, vous serez invité(e) à ajouter et vérifier votre adresse e-mail.
- Cliquez sur **Commencer** sur la page d'accueil pour commencer à modifier votre page Entreprise.

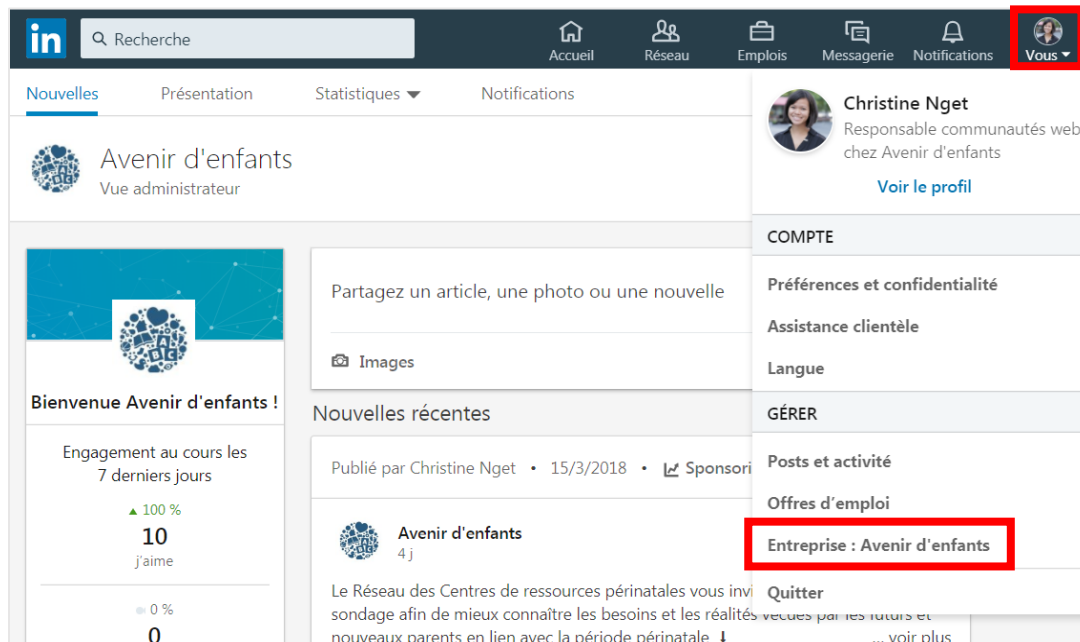
➤ [Pour en savoir plus sur la création de page LinkedIn pour entreprise](#)

## Publier du contenu et interagir sur LinkedIn

### Comment publier du contenu sur LinkedIn?

Pour publier sur votre page LinkedIn d'organisme, vous pouvez vous rendre sur celle-ci via le moteur de recherche, ou cliquez sur l'icône en haut à droite de la page, puis sur votre entreprise.

Comme sur Facebook et Twitter, vous pouvez identifier quelqu'un dans votre publication à l'aide du «@NOMDELAPERSONNE».



The screenshot shows the LinkedIn user interface. At the top right, the 'Vous' (You) dropdown menu is open, with the 'Entreprise : Avenir d'enfants' option highlighted in a red box. The main content area shows the 'Avenir d'enfants' page administrator view, including a welcome message, engagement statistics (10 likes, 0 dislikes), and a recent post by Christine Nget. The 'Entreprise : Avenir d'enfants' option is also highlighted in a red box in the main content area.

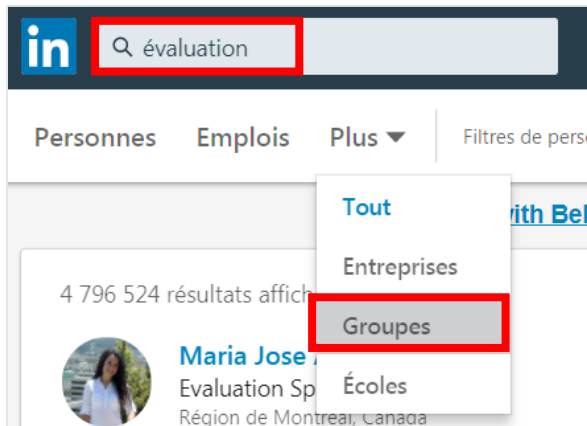
La fréquence de vos publications dépend toujours du temps que vous avez à investir sur les différentes plateformes sociales, ce qui varie bien évidemment d'un organisme à un autre.

Cela peut être 1 publication par jour, par semaine, aux 2 semaines, par mois... Gardez en tête qu'une publication par mois sera toujours mieux qu'une aux six mois!

## Groupes d'intérêts

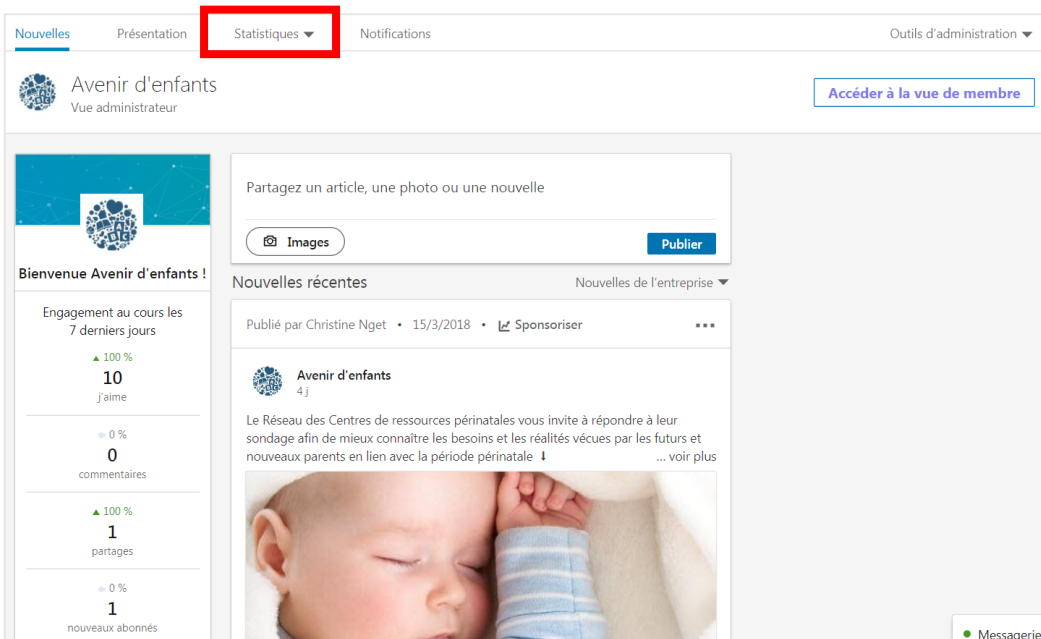
En général, il y a moins d'interactions directes sur LinkedIn que sur Facebook et Twitter. Vous pouvez vous abonner à des groupes d'intérêts sur LinkedIn afin d'engager la conversation et d'échanger avec des professionnels de votre milieu.

Pour trouver un groupe, saisissez le sujet que vous souhaitez explorer et cliquez sur «Groupes».



## Connaître vos statistiques sur LinkedIn

Comme sur Facebook et sur Twitter, vous avez accès aux statistiques de votre page d'entreprise LinkedIn dans la vue Administrateur de votre page d'organisme.



## Autres plateformes : Youtube et Instagram

Nous vous avons présenté ci-haut les plateformes que nous jugeons les plus pertinentes pour votre utilisation en tant qu'organisme.

Dans cette section-ci, nous survolerons les plateformes Youtube et Instagram, qui sont plutôt avantageuses si vous avez une grande quantité de contenus photo et vidéo à diffuser.

**Attention** : rappelez-vous qu'il vaut mieux n'investir qu'une seule plateforme, plutôt que de se retrouver sur toutes les plateformes et de ne pas avoir les ressources nécessaires pour les mettre régulièrement à jour.

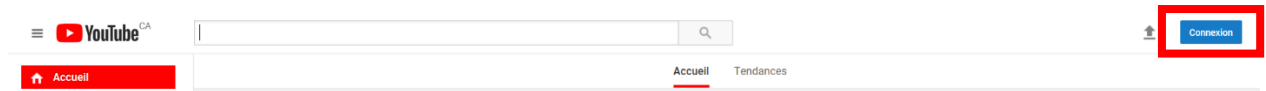
### À quoi peut vous servir Youtube?

- Créer votre chaîne Youtube et ainsi permettre au public de s'abonner à votre chaîne
- Partager des vidéos sur votre chaîne Youtube (témoignages, retours sur des événements, présentation de vos activités et projets, etc.)
  - Attention : si votre vidéo est de longue durée (une heure, par exemple), il est normal que le téléchargement prenne plus de temps! Vous pouvez laisser la fenêtre de téléchargement ouverte et continuer à naviguer sur le web en ouvrant d'autres fenêtres.
- Créer des playlists pour regrouper toutes vos vidéos

## Création d'un compte Youtube

Pour pouvoir créer un compte YouTube, vous devez d'abord créer un [compte Google](#).

- Rendez-vous sur [youtube.com](https://youtube.com)
- Dans l'angle supérieur droit, cliquez sur **Connexion**.



- Cliquez sur **Plus d'options > Créer un compte**.

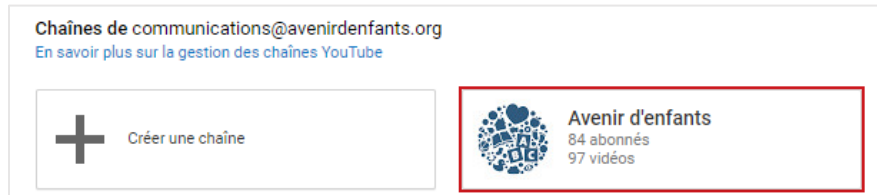


- [Pour en savoir plus sur la création d'un compte Youtube](#)

## Comment créer une chaîne vidéos?

- Connectez-vous à votre compte Youtube
- Accédez à [votre liste de chaînes](#)

Vous pouvez créer une chaîne ou utiliser un «compte de marque» (compte d'organisation ou d'entreprise) existant:



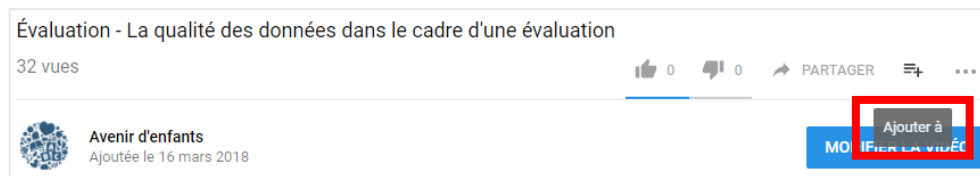
- Créez une chaîne en cliquant sur **Créer une chaîne**.
- Créez une chaîne YouTube pour un compte de marque que vous gérez déjà en sélectionnant le compte de marque dans la liste.


Si le compte de marque est déjà associé à une chaîne, vous ne pouvez pas créer une nouvelle chaîne. Vous serez simplement redirigé vers cette chaîne si vous sélectionnez le compte de marque dans la liste.

- Inscrivez toutes les informations nécessaires pour donner un nom à votre chaîne et valider votre compte. Cliquez ensuite sur **OK**. Un compte de marque est alors créé.
  - Pour ajouter un administrateur de chaîne, suivez les instructions relatives à la [modification des propriétaires et des administrateurs d'une chaîne](#).
- [Pour en savoir plus sur la création d'une chaîne vidéos](#)

## Comment créer une playlist?

- Choisissez une vidéo à ajouter à une playlist. Sous la vidéo, cliquez sur Ajouter à .



- Ajoutez-la à votre playlist «À regarder plus tard», à vos favoris ou à une playlist que vous avez déjà créée, ou cliquez sur **Créer une playlist**.
  - Si vous créez une playlist, donnez-lui un nom.
- Sélectionnez les paramètres de confidentialité de votre playlist dans le menu déroulant. Si votre playlist est privée, vous seul pourrez y accéder.
- Cliquez sur Créer.
- Pour trouver vos playlists, accédez au Guide , puis cliquez sur Bibliothèque.

➤ [Pour en savoir plus sur la création d'une playlist](#)

## À quoi peut vous servir Instagram?

- Éditer et partager des photos et des vidéos directement à partir de votre téléphone cellulaire
- Rediriger votre audience sur votre site Web
- Améliorer la visibilité de votre organisation
- Accroître le nombre de vues de vos vidéos

Il est à noter que ce sont davantage les jeunes adultes qui se retrouvent sur cette plateforme.

**Astuce :** Vous pouvez lier votre compte Instagram à votre page Facebook d'organisation afin de publier une photo simultanément sur Instagram et sur votre page Facebook.

Pour ce faire, vous devez vous connecter à votre compte Instagram sur votre application mobile, aller dans vos paramètres et cliquer sur «Comptes liés».

Vous sélectionnerez ensuite simplement «Facebook», qui vous demandera alors de vous connecter à votre compte Facebook.

## Création d'un compte Instagram

Pour créer un compte Instagram à partir de l'application :

1. Téléchargez l'application Instagram sur votre téléphone.
2. Une fois l'application installée, appuyez sur  pour l'ouvrir.
3. Appuyez sur **S'inscrire avec un e-mail ou un numéro de téléphone**, puis saisissez votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone (code de confirmation requis) et appuyez sur **Suivant**. Sinon, appuyez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous inscrire avec votre compte Facebook.
4. Si vous décidez de vous inscrire avec votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone, créez un **nom d'utilisateur** et un mot de passe, saisissez vos informations de profil, puis appuyez sur **Terminé**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

Pour créer un compte Instagram à partir d'un ordinateur :

1. Accédez à [instagram.com](https://www.instagram.com).
  2. Saisissez votre adresse e-mail, créez un **nom d'utilisateur** et un mot de passe ou cliquez sur **Se connecter avec Facebook** pour vous connecter avec votre compte Facebook.
  3. Si vous vous inscrivez avec une adresse e-mail, cliquez sur **S'inscrire**. Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.
- [Pour en savoir plus sur la création d'un compte Instagram](#)



## Aperçu des plateformes utilisées par Avenir d'enfants

Pour vous inspirer, nous vous invitons à jeter un coup d'œil aux médias sociaux d'Avenir d'enfants et à vous y abonner, si ce n'est déjà fait! De plus, n'hésitez pas à consulter notre [plateforme agirtôt.org](http://plateforme.agirtot.org) et à partager nos contenus et nos thématiques sur vos propres réseaux sociaux ☺

### [Compte Facebook](#)



### [Compte Twitter](#)



### [Compte LinkedIn](#)



#### Avenir d'enfants

Gestion des associations et fondations · · 216 abonnés



[Voir les 90 employés sur LinkedIn](#) →

### [Compte Youtube](#)



Avenir d'enfants  
83 abonnés

**S'ABONNER 83**

**agirtôt.org**

Espace de partage pour l'action  
concertée en petite enfance