



# **Facebook, Twitter et sites Web : quoi, quand, comment?**



Session de formation donnée auprès de l'équipe de travail  
d'un regroupement de groupes de femmes

le 17 avril 2019

Katherine Macnaughton-Osler, *Kamo Web*

# **Plan**

## **Blocs :**

**I. Le site Web et les médias sociaux**

**II. Facebook**

- Usages et pratiques**
- Suggestions pour de meilleurs usages**

**III. Twitter**

- Usages et pratiques**
- Suggestions pour de meilleurs usages**

# I. Le site Web et les médias sociaux

- Le site Web : un outil de diffusion → la communication à sens unique
- Les médias sociaux → la communication multidirectionnelle qui :
  - Permet d'**échanger** et de **discuter**
  - Favorise la **création de liens**
  - Rend possible **la participation de toutes**
  - Relève du **web 2.0** : le web dit « dynamique »

# I. Le site Web et les médias sociaux

## Rôles et liens – site Web/médias sociaux

**Site Web** : son chez-soi, sa maison sur le Web

→ **on est propriétaire**

- La vitrine principale de l'organisme sur le Web

**Médias sociaux** : son appartement sur le Web

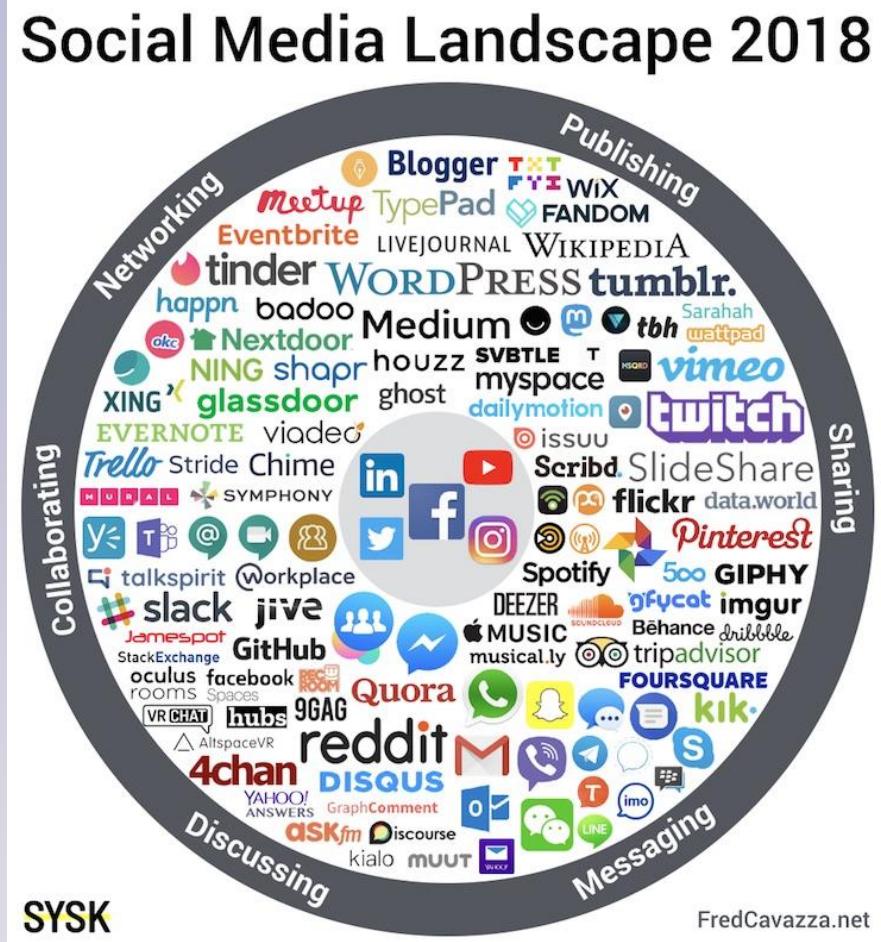
→ **on est locataire**

- Les médias sociaux ne nous appartiennent pas
- Servent à créer et consolider des liens, et à amener les gens vers son site Web

# I. Le site Web et les médias sociaux

Il existe des milliers de médias sociaux, que ce schéma regroupe en plusieurs catégories d'outils :

- **réseautage**
- **publication**
- **partage**
- **messagerie**
- **discussion** et
- **collaboration**



# I. Le site Web et les médias sociaux

En 2018, 83 % des adultes au Québec (**85 % des femmes**) ont utilisé au moins un réseau social dans le cadre de leur utilisation personnelle d'Internet, surtout les 3 premiers :

- Facebook 70 % (femmes : **74 %**)
- YouTube 64 % (femmes : **63 %**)
- Instagram 24 % (femmes : **25 %**)
- Twitter 12 % (femmes : **9 %**)
- Pinterest : 17 % (femmes : **26 %**)

Source : CEFARIO, NETendances 2018, **L'usage des médias sociaux au Québec**

## II. Facebook : usages et pratiques

1. Qu'est-ce que Facebook?
2. Quelques avantages et inconvénients de Facebook?
3. Un « profil » vs une « page » Facebook?  
Et un « groupe » Facebook?
4. Quelques bonnes pratiques

# II. Facebook : usages et pratiques

## 1. Qu'est-ce que Facebook ?

- Le réseau social le plus utilisé au monde
- Une entreprise privée qui cherche un profit



# **II. Facebook : usages et pratiques**

## **2. Avantages et inconvenients**

- Plus grand réseau social au monde, ce qui permet de rejoindre beaucoup de personnes et d'organismes
- Les citoyen.ne.s sont sur Facebook, en particulier les femmes, et un nombre important d'organismes
- Diffusion conviviale de photos, vidéos, images, etc.
- Bon référencement par Google
- Création de compte obligatoire pour diffuser et échanger
- Changement régulier des paramètres, sans trop aviser les abonnées
- Facebook a le droit de suspendre ou de supprimer un compte ou une page associative sans préavis
- Peu de soutien aux abonnéEs
- Distinction floue entre le profil, la page associative, le groupe

## **II. Facebook : usages et pratiques**

### **3. Un « profil » vs une « page »**

#### **Facebook? Et les groupes Facebook?**

**Profil** (pour les personnes; on a des « ami.e.s »)

**Page associative** : (on a des adeptes – des *fans* - qui nous « aiment ») : c'est publique; offre des statistiques et fonctionnalités pour les organismes et entreprises

**Groupe** : 3 types : groupe public, fermé ou secret

## **II. Facebook : suggestions pour de meilleurs usages**

### **4. Quelques bonnes pratiques :**

- Diffuser les contenus du site Web de l'organisme
- Partager des vidéos – surtout les vidéos « natives » sur Facebook, et des photos/images
- Poser des questions et échanger
- Répondre aux commentaires
- S'assurer qu'au moins 2 profils Facebook administrent la page associative
- Consulter les statistiques de la page, afin de voir qui lit et partage les publications, ainsi que les moments de présence en ligne des adeptes

## **II. Facebook : suggestions pour de meilleurs usages**

### **4. Quelques bonnes pratiques (suite) :**

- Visiter des pages connexes, les « aimer » et interagir avec elles, d'organisme à organisme : membres, alliéés et partenaires
- Inviter les membres à aimer la page, ainsi que leurs membres; aussi, les alliéés et partenaires
- Lier la page Facebook au site Web : partager le site sur la page Facebook et la page sur le site Web
- Ajouter la page Facebook à sa signature courriel

# **III. Twitter : usages et pratiques**

- 1. Qu'est-ce que Twitter?**
- 2. Quelques avantages et inconvénients de Twitter?**
- 3. Quelques bonnes pratiques**

# **III. Twitter : usages et pratiques**

## **1. Qu'est-ce que Twitter?**

- Un outil de création de réseaux
- Un microblogue
- Une entreprise privée qui cherche un profit

# III. Twitter : usages et pratiques

## 2. Avantages et inconvénients

- Communications en temps (quasi-)réel à l'occasion d'événements et d'actions collectives, manifs, etc.
- Liens directs avec les journalistes et élu.e.s
- Diffusion conviviale de photos, vidéos, images
- Usage de mots-clic
- Bon référencement par Google
- Création de compte obligatoire pour diffuser et échanger (mais pas pour consulter, contrairement à Facebook)
- Jargon et pratiques propres à s'approprier
- Limite de 280 caractères
- Usage de mots-clic peut sembler complexe

# **III - Twitter – suggestions pour de meilleurs usages**

## **3. Quelques bonnes pratiques :**

- Tweeter des contenus du site Web
- Partager des vidéos – surtout les vidéos « natives » sur Twitter, et des photos/images
- Poser des questions et échanger
- Répondre aux tweets dans lesquels on est tagué
- Inclure des mots-clic (« hashtags ») mais un maximum de 2-3 par tweet
- Quand on crée un mot-clic, vérifier avant de le lancer s'il est déjà utilisé et par qui
- Suivre les discussions autour de mots-clics pertinents

# **III - Twitter – suggestions pour de meilleurs usages**

## **3. Quelques bonnes pratiques (suite) :**

- Trouver et s'abonner à des comptes connexes, les « aimer » et interagir avec eux : membres, alliées et partenaires
- Inviter les membres (et leurs membres) à s'abonner au compte Twitter; aussi, les alliées et partenaires
- Créer des listes avec les comptes auxquels on est abonné (ex. liste « Médias », liste « membres »)
- Lier le compte Twitter au site Web : partager le site dans la description Twitter, et le compte Twitter sur le site Web
- Ajouter le compte Twitter à sa signature courriel

# Merci de votre participation!

Bonne chance et bien du plaisir dans  
vos usages des médias sociaux!



Katherine Macnaughton-Osler – [kamoweb.org](http://kamoweb.org)