



Stratégie pour les médias sociaux

Guide de Développement pour les clubs Optimistes

1. Décrivez votre club en 120 caractères ou moins. (Ceci peut être utilisé pour les profils de médias sociaux)

2. Quelle est la déclaration de mission de votre club ?

Déclaration de vision ?

Quand avez-vous été organisé ?

3. Dressez la liste des différentes parties prenantes de votre club. (dirigeants de la collectivité conseil scolaire, conseil municipal, autres organisations de service, etc..)

Comment ces parties prenantes interagissent-elles avec votre club ?

Où sont-ils informés de ce que vous faites ?

Comment pouvez-vous aimer, partager ou co-sponsoriser ce qu'ils partagent sur vos plateformes de médias sociaux ?

4. Comment le club gèrera-t-il sa prèsence sur les mèdias sociaux ?

Sera-t-il de la responsabilitè d'un dirigeant de club, d'un poste de prèsidant ou d'une commission des mèdias sociaux ?

Toutes ces personnes ont-elles un compte Facebook si elles utilisent Facebook ?

Avez-vous l'expèrience du Club pour utiliser efficacement les diffèrentes plateformes de mèdias sociaux ou quelqu'un prèt à apprendre - c'est-à-dire Facebook, Twitter, Instagram ?

5. Qui aura accès aux comptes de mèdias sociaux ?

6. 6. Avez-vous èlaborè une politique en matière de mèdias sociaux ? (Qu'est-ce qui est acceptable et qu'est-ce qui ne l'est pas ?)

Avez-vous règlè les paramètres de blasphème au niveau le plus èlevè sur Facebook ?

Quand allez-vous supprimer quelque chose ? (Si quelqu'un publie quelque chose de nègatif, de politique, une vente, etc.)

Qui dèterminera ce qui est autorisè et ce qui ne l'est pas dans le cadre de la politique ?

7. Les trois principaux objectifs du club pour l'annèe prochaine ?

1.

2.

3.

8. Quel est le public cible par rapport aux objectifs du club ? (1-3 correspondent à ce qui prècède)

1.

2.

3.

9. Quels sont les mots clés associés à votre :

Club

Organisation

Audience

10. Comment allez-vous mesurer le succès de vos objectifs/buts ? (Que considérez-vous comme un succès ? Des bénévoles supplémentaires ? Plus d'argent collecté lors d'une collecte de fonds ? Plus de participants à un événement ou à un programme ? Des nominations supplémentaires ? Plus de likes sur Facebook ?)

11. Création d'un calendrier de contenu : Un calendrier de contenu est un moyen de collaborer facilement aux efforts de médias sociaux. Il peut s'agir d'un outil utile, permettant à un club de créer de grandes quantités de contenu en une seule fois et de programmer l'affichage du contenu sur différentes plateformes de médias sociaux aux moments opportuns. Facebook vous permet de programmer des publications et des événements plusieurs mois avant la date réelle. Les clubs doivent s'efforcer de publier régulièrement, mais tous les contenus ne doivent/peuvent pas être programmés à l'avance.

12. La création d'un calendrier mensuel peut vous aider à séparer les tâches liées aux médias sociaux :

1. Événements, activités et collectes de fonds.
2. La fréquence de vos publications.
3. Qui est responsable.
4. Thèmes ou sujets mensuels.
5. Fournir des images, des vidéos ou des liens.

13. Mesurez votre impact sur une base mensuelle

1. Chaque plateforme de médias sociaux dispose d'un "aperçu" qui présente les statistiques, les pages vues et l'engagement.
2. Utilisez les "insights" pour redéfinir votre calendrier de contenu.
3. Demandez : comment notre présence sociale a-t-elle influencé notre club ?

17. Comment allez-vous assurer la transition des comptes ? (Incluez le temps nécessaire à l'éducation et à la formation).

Les médias sociaux sont un outil supplémentaire pour commercialiser et faire connaître votre Club Optimiste. Prendre le temps d'ajouter une stratégie de médias sociaux au plan de marketing de votre club peut contribuer à sa croissance, à son bassin de bénévoles et à sa collecte de fonds.

Pour d'autres guides de médias sociaux et pour vous connecter avec Optimist International, visitez www.optimist.org.