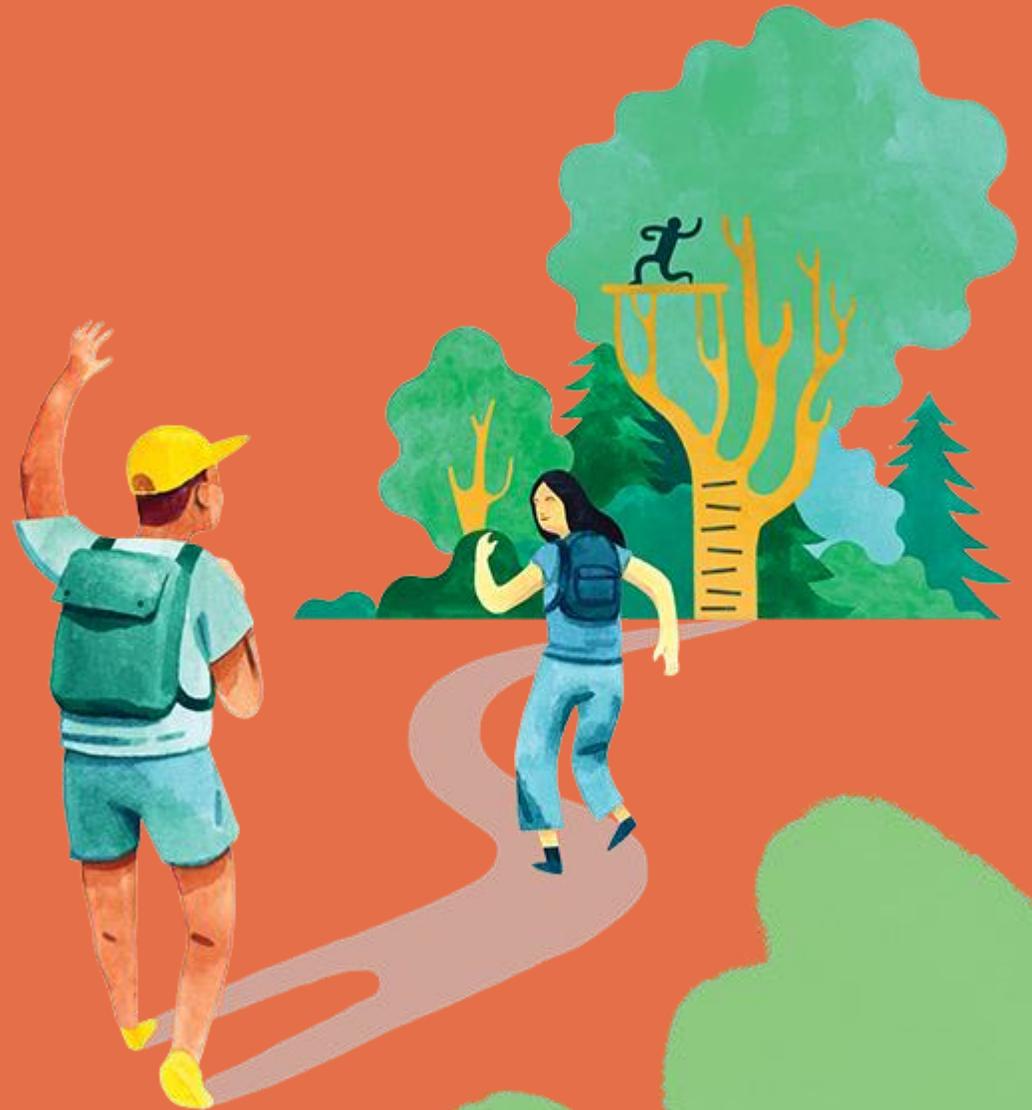




Association des  
camps du Québec

# Les réseaux sociaux au service des camps!

24/02/2022



Gabrielle  
Dessureault-Germain

**Coordonnatrice aux projets  
numériques**  
Association des camps du Québec



Lysa-Belle  
Pelchat

**Agente aux communications**  
Association des camps du Québec

# Trouver un outil

## Rechercher

Par nom ou mot-clé



## Thèmes



## Collections



Réinitialiser

285 résultats

Afficher par

Plus récent



Tous les thèmes



### Actes de congrès précédents

Retrouvez les actes des congrès annuels des 5 derniers années, au même endroit pratique.

Voir l'outil



Gestion de l'information



### Formulaire de déclaration de changement(s) majeur(s)

Collection [Outils des membres certifiés](#) - Normes et balises

Les membres certifiés sont tenus d'informer annuellement l'ACQ de tout changement majeur survenu au sein de leur organisation (nouvelle direction, emplacement, site, etc.)

Voir l'outil



Tous les thèmes



### Dernières données panquébécoises sur les camps

Congrès 2019 - Présenté par François Cloutier, conseiller stratégique en loisir et coordonnateur d'équipe à la Direction du sport, du loisir et de l'activité physique.

Télécharger l'outil



Programmation



### L'animation en camps familiaux

Guide de formation pour l'animation des familles en contexte de camps familiaux.

Voir l'outil



# Au menu

- **Le choix des médias sociaux**
  - À qui on veut parler?
  - Où leur parler?
  - Quand leur parler?
- **La planification du contenu**
- **La création de contenu**
  - Quoi diffuser?
  - Comment faire briller notre image de marque?



# **Notre objectif aujourd'hui :**

**Vous donner des outils pour  
vous faciliter la vie!**

## Le choix des médias sociaux

# Les avantages d'être sur les réseaux sociaux

- Communiquer rapidement et efficacement avec vos clients potentiels et existants
- Permet de renforcer votre crédibilité
- Peu coûteux (versus un site web complet)
- Peut être très créatif et plaisant!
- Possible de faire 100% de ses publications de manière organique... et sinon, d'utiliser les publications payantes relativement facilement

# Le choix des médias sociaux



## Le choix des médias sociaux

# Étape 1 : réfléchissez à votre stratégie

- **Quels sont vos objectifs :**
  - Plus de ventes de séjours ?
  - Informer les parents?
  - Trouver des candidats?
  - Augmenter les visites sur votre site web?
  - Obtenir des rétroactions sur vos services?
- **Qui fera l'animation des réseaux sociaux et de combien de temps cette personne dispose?**
- **À qui voulez-vous parler?**

## Choix des médias sociaux

# À qui on veut parler?

Avant de choisir un média social, on doit définir notre **Audience**.

Un truc : définissez vos **personas**!

- Nom fictif
- Âge
- Situation familiale / Revenu
- Éducation / Emploi
- Personnalité / ambitions / passions
- Intérêts généraux
- Habitudes de magasinage en ligne
- Ont-ils des défis à relever? (trouver un camp, trouver un budget adapté, des dates, etc.)



## Le choix des médias sociaux

### Exemples de personas

#### **Julie-Anne**

19 ans

- Étudiante en éducation spécialisée
- Habite en colocation
- Revenue faible
- Trippe sur les chats
- Joue dans une équipe de hockey bottine
  
- Cherche une job d'été stimulante
- Est sur son cellulaire 99,9% de la journée

#### **Geneviève**

46 ans

- Travaille dans la fonction publique
- Maman de 2 jumeaux de 8 ans
- Monoparentale
- Classe moyenne aisée
- Adore les sudokus
- Fais de la randonnée depuis qu'elle est petite
  
- Cherche une première expérience de camp pour ses enfants
- Fais ses recherches sur l'heure du midi

#### **Yves**

59 ans

- Fraichement retraité d'une banque
- A de jeunes petits enfants de 5-6 ans
- En couple avec son mari depuis 40 ans
- Bonne fortune
- Adore la cuisine.
  
- Veut se garder en forme
- Aimerais investir dans un organisme qui fait une différence pour les enfants.
- Surfe sur son iPad 90% du temps

## Le choix des médias sociaux

### Un petit exercice

#### Répondez à ces 3 questions :

1. Comment décririez-vous votre organisation en quelques mots ou en une courte phrase?
2. Quelles sont les valeurs de votre organisation?
3. Quelles sont les raisons qui poussent votre clientèle à faire affaire avec vous plutôt qu'avec votre concurrent?

## Le choix des médias sociaux

# Étape 2 : choisir vos réseaux sociaux

Plateforme	Âge moyen des utilisateurs	Idéal pour
Facebook	35-64 ans	Tout!
Instagram	25-34 ans	Visuel, ambiance, vente en ligne, image de marque.
Twitter	35-65 ans	Fil de nouvelles, opinions.
TikTok	10-19 ans (60% des utilisateurs ont en bas de 29 ans)	Se tenir au courant des chansons populaires, s'inspirer (tendances), rejoindre les très jeunes.
Pinterest	30-49 ans	Audience plus féminine. Partage de visuels. Lien vers votre site. DIY, bricolages, recettes, etc.
Snapchat	13-34 ans	Filtres, mode <i>discovery</i>
YouTube	25-35 ans	Vidéo, audience plus masculine

# La planification de contenu



## La planification de contenu

# Comment planifier son contenu?

### Les outils de planification de contenu :

- Business Suite (Facebook), Canva, Hootsuite, Excel, etc.

### Le calendrier de médias sociaux

- Créez un calendrier pour vous aider à planifier et organiser votre contenu de médias sociaux à l'avance et garder un rythme de publication régulier.
- Présentation d'un [modèle de calendrier](#).

### Pour vous aider dans votre planification...

- Créez des modèles de publications récurrents.

## La création de contenu

### À quelle fréquence publier?

- Fiez-vous aux statistiques sur votre page pour les journées et heures les plus optimales.
- Le standard serait 1-2 fois par jour sur Facebook.
  - Mais vous pouvez définir vos paramètres en fonction de la portée de votre page et de vos capacités réelles.
  - Des publications performantes, mais moins fréquentes compensent pour une grande quantité de publications qui performent moins.

# La création de contenu



## Le choix des médias sociaux

### Quoi diffuser?

#### **Truc de Jedi : créez un petit Guide de rédaction à usage interne**

- Quel est votre ton / votre voix? Neutre ou émotif, posée ou dynamique? La personnalité de votre marque est-elle passionnée, pince-sans-rire ou joueuse?
- Écrivez-vous au Je / Tu / Vous?
- Utilisez-vous l'écriture neutre, épicène ou inclusive? ([Guide de rédaction inclusive](#))
- Est-ce que vous avez un mot-clic important? #Vivelescamps!
- Des mots clés SEO à inclure pour optimiser votre trafic?
- D'autres éléments importants pour vous dans la rédaction? (sujets à ne pas aborder, etc.)

Le ton peut changer en fonction de la plateforme et l'audience à qui on s'adresse!

## Le choix des médias sociaux

### Quoi diffuser

- Observez les réseaux sociaux : ce qui se fait dans d'autres marques similaires et aussi, vos propres interactions
- Répondez aux questions les plus fréquemment posées par vos clients
  - Les nouveaux comme les existants de longue date!
- Utilisez un tableau de stratégie de contenu ([voir exemple](#))

## Le choix des médias sociaux

# Aspects légaux

Consultez les outils de l'ACQ dans l'Index juridique :

- [Autorisation photos et vidéos](#)
- Avis juridique sur le droit à l'image
- Éducaloi

## La création de contenu

# Des outils de création de contenu

- Canva, Picmonkey...

## Les formats

- Variez les formats! (image, texte, vidéos, GIF, lien, etc.)
- Les deux formats qui se distinguent sur Facebook sont le format vidéo et image.

## L'algorithme

- Le contenu et l'ordre des publications qu'un média décide de montrer aux utilisateurs selon différents critères.

## La création de contenu

# Un peu plus sur l'algorithme de Facebook

### Les 4 signaux de classement de l'algorithme de Facebook :

- 1. Relation** : de qui provient la publication (entreprise, source d'informations, personnalité publique, ami)? L'utilisateur interagit-il souvent avec cette page?
- 2. Type de contenu** : quel type de média contient la publication ? Avec quel type de média l'utilisateur interagit-il le plus ?
- 3. Popularité** : est-ce que la publication est populaire auprès des autres utilisateurs (en particulier les amis de l'utilisateur)? Est-ce qu'ils la partagent, la commentent, l'ignorent, etc.
- 4. Récence** : plus une publication est récente, plus elle s'affichera haut dans le fil d'actualité.

*(Algorithme Facebook en 2021 : comment l'utiliser à votre avantage, 2021)*

## La création de contenu

# Comment faire briller votre image de marque?

### Définition

- « L'image de marque d'une entreprise résulte de la perception reçue, ressentie et enregistrée par le public d'une multitude d'éléments physiques et immatériels. » Bref, c'est l'image « **perçue** » par les consommateurs.

### Pourquoi définir votre image de marque?

- Pour uniformiser vos messages
- Pour vous différencier

*(Contributeurs aux projets Wikimedia, 2006)*

## La création de contenu

# Comment faire briller votre image de marque?

### Définir l'identité visuelle de votre organisme

- Logo et variations de logos
- Palette de couleurs
- Typographies (titre, sous-titre, corps du texte...)
- Créez une banque de photos!
- Photos gratuites et libres de droits : Pixabay, Unsplash, Pexels, Freeimages, etc.
- Pour aller plus loin : [le guide complet de l'identité visuelle](#)

**Faites affaire avec un professionnel!**

## La création de contenu

### Quelques trucs

- N'ayez pas peur de répéter vos messages : la répétition favorise la mémorisation de votre message.
- Corrigez vos textes!
- Stimulez l'interaction des utilisateurs avec vos publications (lien cliquable, tagues, phrase d'accroche, inciter les utilisateurs à aimer, commenter et partager, etc.)
- Informez-vous, lisez, soyez curieux!



Association des  
camps du Québec

**Merci de votre écoute!**

**Place à vos questions!**

# Médiagraphie

- Algorithme Facebook en 2021 : comment l'utiliser à votre avantage. (2021, 18th March). Dans *Social Media Marketing & Management Dashboard*. Récupéré de <https://blog.hootsuite.com/fr/algorithme-facebook>
- Contributeurs aux projets Wikimedia. (2006, 8th August). Image de marque. Dans *Wikipedia.org*. Wikimedia Foundation, Inc. Récupéré de [https://fr.wikipedia.org/wiki/Image\\_de\\_marque](https://fr.wikipedia.org/wiki/Image_de_marque)
- Afifia B. (2019, 16th December). Le guide complet de l'identité visuelle - Canva. Dans *Decouvrir*. Canva. Récupéré de [https://www.canva.com/fr\\_fr/decouvrir/identite-visuelle/](https://www.canva.com/fr_fr/decouvrir/identite-visuelle/)