Les bonnes pratiques pour les réseaux sociaux

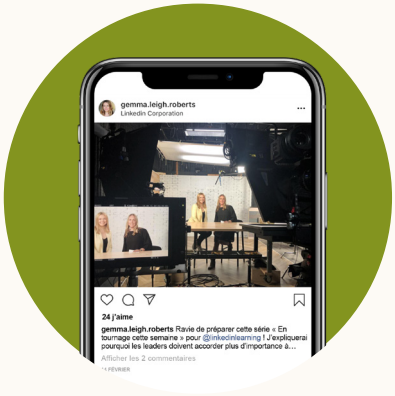
Suivez ces règles de base pour augmenter la visibilité de votre cours

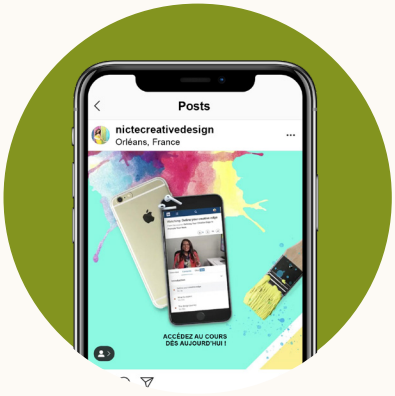
Quelle plateforme utiliser ?

Chaque plateforme a ses spécificités : à vous de choisir la meilleure pour toucher votre audience.

Si vous débutez sur les réseaux sociaux, commencez en douceur en vous focalisant sur une seule plateforme. Bien sûr nous ne sommes pas tout à fait objectifs… mais nous vous conseillons de commencer avec LinkedIn, étant donné la nature professionnelle du réseau. De plus, vous pouvez ainsi partager votre cours facilement. (Pour en savoir plus, lisez notre guide Comment partager votre cours).

Demandez-vous où la majorité de votre audience passe le plus clair de son temps, et redoublez d'efforts sur cette plateforme. Par exemple, si vous êtes formateur dans un domaine créatif, Instagram sera votre meilleur allié.





	LinkedIn	Instagram	Facebook	Twitter
Avantages de la plateforme	• Réseau professionnel • Idéal pour l'inspiration et le storytelling	• Visuel • Idéal pour l'inspiration et le storytelling	• Excellent canal pour discuter et commenter • Base d'utilisateurs extrêmement variée et diverse	• Potentiel viral fort • Conversations en temps réel sur des sujets d'actualité
Comportements des utilisateurs	• Découvrent et conversent sur des sujets choisis pour rester informés • Gèrent leur réputation professionnelle	• Expriment leur créativité et cherchent l'inspiration via des photos et des vidéos • Partagent et consomment du contenu dans le fil et via les stories IG	• Se connectent avec leurs relations • Partagent des photos d'événements passés ou en direct	• Accèdent à des actualités et à des informations en temps réel • Partagent facilement leur contenu via des retweets
Tranches d'âge	• 30-49 ans	• 18-29 ans	• 25-54 ans	• 18-29 ans

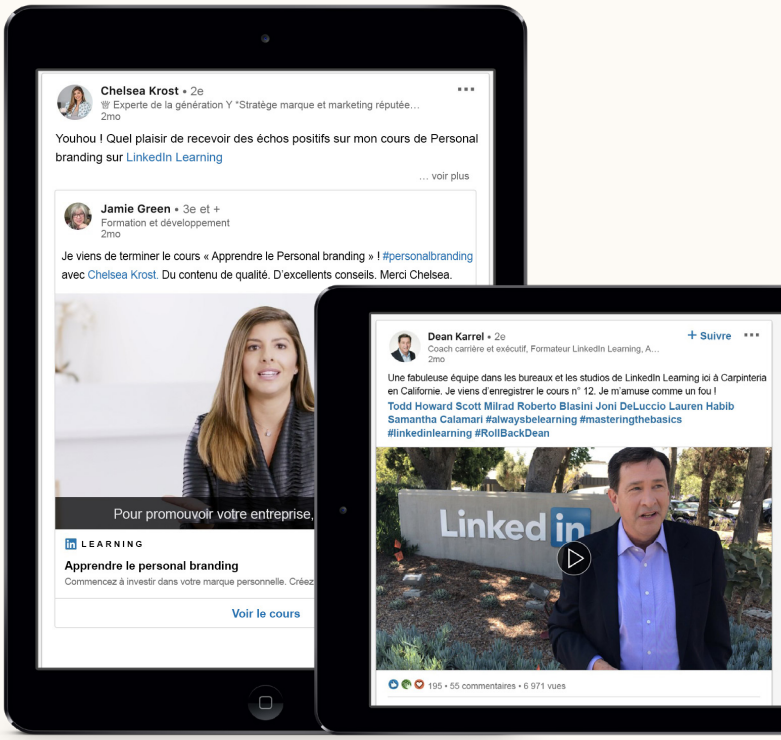
Que publier

Suivez la règle du 4-1-1 : publiez quatre nouveaux contenus, repartagez un contenu d'un tiers et publiez un post d'auto-promotion. En suivant ce schéma, vous atteindrez un parfait équilibre entre publications originales, engagement et promotion personnelle.

La vidéo est votre atout maître. Voici quelques conseils utiles :

- Commencez par un visuel ou un mot d'introduction percutant pour accrocher les visiteurs
- Restez concis grâce un contenu pertinent, intéressant et sans détour
- Soyez attentif aux détails, à l'éclairage, à l'arrière-plan, au son, à votre tenue, etc.
- Soyez sincère, employez un ton personnel, sans trop donner l'impression de faire votre auto-promotion

Si vous ne publiez pas de vidéo, ajoutez toujours des images et soyez attentif aux limitations de taille de la plateforme. Intégrez des questions ou exprimez-vous de manière à lancer une conversation pour susciter l'interaction.



Quel est le meilleur moment pour publier ?

Il existe un grand nombre de données sur les heures et les jours de la semaine les plus indiqués pour publier sur chaque plateforme, et les tendances varient en fonction de l'audience cible. Voici quelques pistes :

- LinkedIn : mercredi de 10 h à 12 h
- Instagram : mercredi 11 h ; vendredi de 10 h à 11 h
- Facebook : mercredi de 11 h à 13 h
- Twitter : mercredi et vendredi à 9 h

Toutefois, c'est aussi à vous d'observer les moments où vous enregistrez les plus forts taux d'engagement et d'adapter votre rythme de publication en conséquence.

Établissez un plan

Établissez un calendrier spécifiant ce que vous publiez, sur quel canal et à quel moment. Surveillez régulièrement les performances de votre contenu pour affiner ce calendrier et ainsi vous concentrer sur les posts qui suscitent le plus d'intérêt ou ont le plus d'impact sur votre audience.

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi
Nouveau cours/contenu L'instant motiv' du lundi	Le conseil du mardi Article de blog	La maxime du mercredi Citation	Tendances Contenu généré par les utilisateurs	Questions/discussions Repartager les meilleurs contenus

Date	Canal	Heure	Type de contenu	Copier	Lien	Notes
Jeudi 02/05	LinkedIn					
	LinkedIn					
	Instagram					
	Facebook					
	Twitter					
	Twitter					
	Twitter					

Exigences techniques

Il est important de connaître les exigences techniques de chaque plateforme et de les respecter.

LinkedIn

Images : 1 104 x 736 px
Durée des vidéos : 10 min

Instagram

Images carrées : 1 080 x 1 080 px
Images horizontales : 1 080 x 566 px
Images verticales : 1 080 x 1 350 px
Durée des vidéos : 60 secondes

Facebook

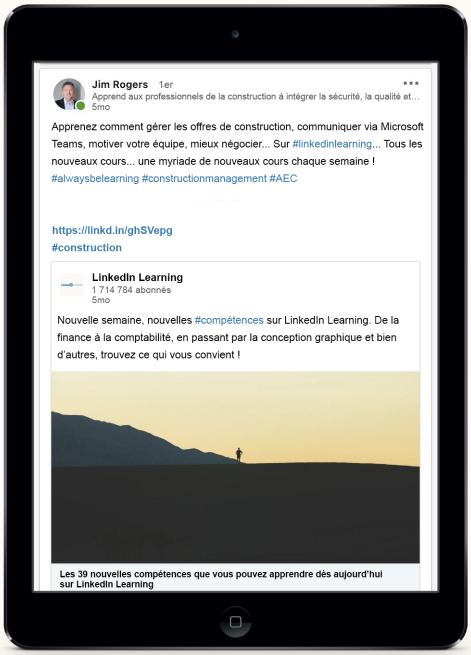
Images : 1 200 x 628 px
Durée des vidéos : 2 min

Twitter

Images : 1 200 x 675 px
Durée des vidéos :
30 secondes

Autres conseils

- Trouvez et suivez de nombreux comptes qui vous parlent et sont en accord avec votre style ou marque personnelle.
- Surveillez vos différents canaux pour être informé des partages, mentions J'aime, nouveaux abonnés et commentaires, et répondez rapidement à toutes les activités.
- Identifiez les utilisateurs dans vos publications avec un tag pour les encourager à partager et à commenter votre contenu.
- Utilisez les hashtags pour améliorer la visibilité de vos publications, et suivez les hashtags phares de votre secteur et #LILearning.
- Suivez et participez à des conversations en lien avec votre secteur.



Et bien sûr, rendez-vous sur LinkedIn Learning pour encore plus de conseils sur les réseaux sociaux !

Copyright © 2019 LinkedIn Corporation. LinkedIn, le logo de LinkedIn et InMail sont des marques déposées de LinkedIn Corporation aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Les autres marques et autres noms appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Tous droits réservés.