

Utilisation des médias sociaux comme outil de croissance

Les filiales de la Légion et le pouvoir des médias sociaux



legion.ca

Legion 
There Is Strength And Power In Numbers.

NOTES DE PRÉSENTATIONS

Le pouvoir des médias sociaux :

- Lorsqu'utilisés de façon efficace, les médias sociaux peuvent aider votre filiale à joindre un plus grand auditoire, et traduire cet auditoire en une croissance de votre adhésion

potentiels, et à passer le mot sur tout ce que vous accomplissez dans votre communauté. C'est le bouche-à-oreille dans sa forme la plus efficace qui soit. Lorsque bien utilisé, il peut convertir vos fidèles partisans en membres, en bénévoles et en supporters.

Le jeu en vaut-il la chandelle?

La population canadienne est d'environ 35,749,600



- **70 %** des Canadiens utilisent les médias sociaux
- **62 %** des Canadiens vont sur les médias sociaux chaque jour
- **27 %** des Canadiens âgés de plus de 75 ans sont en ligne

legion.ca

Legion 
There Is Strength And Power In Numbers.

Le jeu en vaut-il la chandelle? Considérez ce qui suit...

- **70 %** des Canadiens utilisent les médias sociaux – ce sont quelque 25 millions de Canadiens et Canadiennes.
- **62 %** des Canadiens vont voir les médias sociaux chaque jour.
- Un récent rapport de Revera, un fournisseur de services pour les aînés, a indiqué que 27 % des aînés canadiens âgés de plus de 75 ans sont en ligne, que plus de la moitié de ce groupe sont membres d'un réseau social d'échange tel que Facebook, et que plus du tiers d'entre eux vont visiter ces sites sur une base quotidienne.
- Les chances sont donc que la majorité de votre adhésion actuelle est en ligne... et qu'essentiellement votre adhésion potentielle est aussi en ligne! Les médias sociaux sont donc votre chance de « rejoindre » ces gens et de partager avec eux ce que vous êtes et ce que vous faites – et d'attirer cette clientèle non seulement à aimer ce que votre filiale fait, mais aussi à s'y joindre en devenant membre.

Le succès à la portée de vos doigts!

12,000  **LIKES**
ON FACEBOOK

10,000 FOLLOWERS
  

 **1,2 million de vues sur Facebook**
en trois mois

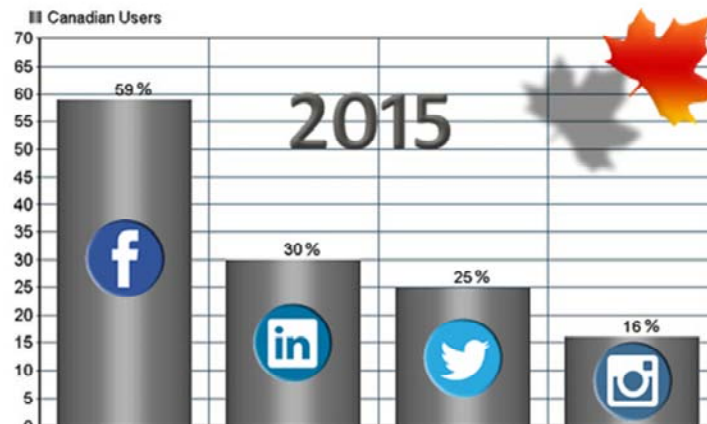
legion.ca

Legion 
There Is Strength And Power In Numbers.

La Direction nationale a connu, dans un très court laps de temps, un énorme succès sur les médias sociaux

- Nous nous activons sur les médias sociaux depuis 2013
- À l'automne 2015, nous avons accru notre présence. Nous avons formulé une stratégie des médias sociaux, en y établissant des objectifs de médias sociaux, des objectifs de communications et des campagnes de marketing. Et puisque nos messages étaient d'ordre national, nous avons établi un budget pour nos campagnes afin de pouvoir atteindre ces quelque 25 millions de Canadiens qui sont en ligne.
- En moins de 6 mois, le nombre d'abonnés sur Facebook a augmenté à plus de 12 000, et nos abonnés sur Twitter à plus de 10 000
- De janvier à avril 2016 seulement, nos messages sur Facebook ont atteint plus de 1 200 000 utilisateurs. Ce sont là, en trois mois seulement, beaucoup de Canadiens qui ont vu nos messages. Et notre réseau ne cesse de croître...

Faites sentir votre présence sur le Web



legion.ca

Legion
There Is Strength And Power In Numbers.

Comment s'y prendre?

Un média social demande constamment un peu d'attention . Pour ceux donc qui débutent et dont les ressources sont limitées, je recommande d'y aller d'abord avec Facebook.

- En 2015, Facebook s'avérait la plate-forme sociale n° 1 avec 96 % des organismes à but non lucratif le classant parmi leurs trois meilleurs sites.
- 59 % des Canadiens et Canadiennes sont sur Facebook

Qu'en est-il de Twitter?

- Twitter est bon pour des mises à jour rapides et fréquentes; toutefois, la durée de vie d'un gazouillis ('tweet') est très courte. Pour obtenir de bons résultats, Tweeter exige plusieurs gazouillis chaque jour.
- Les messages sur Facebook ont une durée de vie plus longue et entraînent une plus grande participation. Même à raison de quelques messages par semaine, vous pouvez contribuer à rehausser votre marque.

Facebook permet aux gens d'obtenir de l'information, de la partager avec leurs amis et abonnés, et d'exprimer leur soutien par les « j'aime » et des commentaires. Étant donné la nature de notre action, qui va du soutien aux vétérans, de la promotion du Souvenir, en passant par notre participation aux événements et activités au sein de notre communauté, Facebook est le choix naturel lorsqu'on commence dans les médias sociaux. Selon nos propres statistiques à la Direction nationale, c'est sur Facebook que nous avons connu notre plus grande croissance en termes de nombre d'abonnés.

- Je recommande donc aux filiales d'y aller d'abord avec une « page » Facebook. Bien que quelques filiales aient choisi d'établir des groupes Facebook, ce qui exige qu'elles se

joignent à un groupe pour pouvoir participer, si vous communiquez avec un auditoire qui s'étend au-delà de vos membres, je recommande d'utiliser une page. Une page Facebook donnera à votre filiale le contrôle quant au contenu, et fournira d'importantes données et des outils d'analyse sur vos messages et votre auditoire.



Après avoir configuré votre page Facebook, fixez-vous des objectifs de haut niveau en matière de médias sociaux. Cela n'a pas lieu d'être compliqué, mais cela vous guidera dans ce que vous afficherez comme message, et vous aidera à tirer le maximum de vos efforts en matière de médias sociaux.

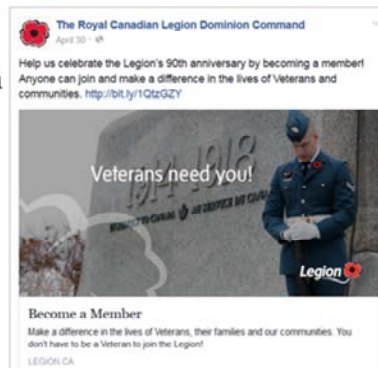
Quelques objectifs communs dont il faut tenir compte sont :

- Sensibiliser et renseigner votre auditoire sur votre mission, ce que vous êtes et ce que vous faites.
- Attirer de nouveaux membres.
- Maintenir en place les membres actuels.
- Accroître les « ventes »... inciter votre auditoire à participer à vos événements, ou à acheter des produits de la Légion ou de la Boutique du coquelicot.
- Accroître les dons dans le cadre de vos levées de fonds.

Une fois vos objectifs établis, vous pourrez dès lors vous concentrer sur la création de messages qui viendront en appui aux objectifs.

Conseils pratiques pour réussir sur Facebook

- ✓ Créez un profil de marque de la Légion
- ✓ Gardez les messages courts
- ✓ Diversifiez vos messages
- ✓ Affichez des images ou des liens
- ✓ Faites participer vos abonnés



legion.ca

Legion
There is Strength And Power In Numbers.

Quand vient le temps de créer des messages efficaces sur Facebook, il y a des choses « à faire et à ne pas faire » dont il faut se rappeler.

À faire :

1. Créez une image de marque de votre profil et de votre en-tête. Cela aidera tous ceux et celles qui voient vos messages à vous reconnaître et à savoir ce que vous représentez.
2. Gardez vos messages courts et concis, mais expéditifs. Les messages trop longs sont rarement partagés.
3. Variez le genre de messages que vous affichez. Diversifiez avec des messages sur :
 - Soutien aux vétérans et Souvenir
 - L'excellent travail que vous faites dans la communauté
 - L'impact de l'adhésion auprès des vétérans
 - Histoires de vos membres en actionVous pouvez suivre la page Facebook de la Direction nationale et partager aussi les messages nationaux de la Légion.
4. Affichez une image ou un lien lorsque possible. Une image vaut mille mots... et dans les medias sociaux, une image entraîne mille 'j'aime'.
5. Participez à des conversations en ligne et faites participer vos abonnés. Surveillez votre page tous les jours, sinon à tout le moins quelques fois par semaine, et répondez aux questions, commentaires et réactions aussi vite que possible.

Ce qu'il faut éviter pour réussir sur Facebook

- ✘ Ne laissez pas la section « À propos » vide
- ✘ N'affichez pas de messages trop souvent
- ✘ Ne vous absentez pas trop longtemps
- ✘ Ne demandez pas aux gens de devenir membre de façon répétitive
- ✘ Ne répondez pas trop vite. Réfléchir d'abord!



legion.ca

Legion
There Is Strength And Power In Numbers.

Quelques rappels sur **ce qu'il ne faut pas faire** lorsque vous rédigez vos messages

À ne pas faire :

1. Ne laissez pas la section « À propos » vide. Informez votre auditoire sur votre filiale, ce que vous êtes et ce que vous incarnez, et comment vous contacter. Pour obtenir quelques idées, consulter la section « À propos » de la page Facebook de la Direction nationale.
2. N'affichez pas de messages trop souvent. Sur Facebook, quelques fois par semaine est un bon début. Plus que quelques fois par jour pourrait vous faire perdre quelques abonnés.
3. N'affichez pas vos messages de façon trop sporadique. Si vous vous absentez trop longtemps sans une mise à jour, ou si vos messages tardent à venir, votre présence en ligne en souffrira.
4. Ne demandez pas constamment aux gens de devenir membre, de donner ou de se porter bénévole. Le média social, c'est une interaction avec l'auditoire qui lui permet de vivre ce que votre filiale signifie. C'est ainsi que les gens seront motivés de se joindre à vous et de participer.
5. Ne répondez pas trop vite – rappelez-vous que vos messages sont publics. Des réponses réfléchies qui soient conformes avec les politiques et les valeurs de votre filiale sont essentielles.

Faites la promotion de vos messages



Moyennant le paiement d'un certain montant, Facebook vous permet de « promouvoir » (*'booster'*) un message, amenant ce message sur le fil d'alimentation Facebook de d'autres gens, et ce, quand bien même ces derniers ne sont pas abonnés à votre page. Si vous avez un peu de budget que vous pouvez mettre à contribution en soutien aux efforts de médias sociaux, l'impact pourrait s'avérer énorme. Vous pouvez même cibler ceux à qui faire parvenir les messages, selon leur lieu de résidence, leur âge, leur sexe, leurs intérêts, vous permettant ainsi d'augmenter considérablement votre réseau, pour un montant d'argent relativement minime.

Par exemple, supposons que votre filiale veut organiser, à Saskatoon en Saskatchewan, un BBQ communautaire pour une levée de fonds en soutien aux vétérans, et que vous voulez inviter votre communauté à s'y joindre. Si vous avez 100 abonnés sur votre page, votre message atteindra généralement 16 % de vos abonnés, ou 16 personnes dans le cas présent. Supposons maintenant que vous fassiez la « promotion » du même message... Par l'entremise de Facebook, vous pouvez limiter l'auditoire visé à des personnes qui :

- vivent près de Saskatoon,
- sont âgées de 25 ans et plus,
- sont soit des hommes ou des femmes,
- ont un intérêt envers les vétérans, la famille, les BBQ, les événements communautaires et le bénévolat.

Présentement, cet auditoire sur Facebook est d'environ 47 000 gens. Pour seulement 25 \$, vous pouvez faire la « promotion » de ce message pour une semaine, amenant votre message, vu par 16 gens, à être vu au cours de la semaine par une population variant entre 800 et 2 000 personnes. Et si vous augmentez la mise en argent, votre réseau n'en sera alors que plus grand.



Et n'oubliez pas! Une fois parti, ne laissez pas le rythme ralentir.

Les médias sociaux peuvent vous aider à renforcer votre auditoire, à faire participer vos membres et membres en puissance, et établir des relations positives qui viendront vous aider à traduire vos efforts en une croissance de votre adhésion. Allez-y progressivement et accédez graduellement à l'univers en ligne en :

- planifiant,
- écrivant de bons messages,
- vous impliquant auprès de votre communauté en ligne,
- travaillant pour accroître votre réseau.

Et comme dernier conseil... Faites la promotion de votre média social – Informez vos membres et la communauté sur la façon de vous trouver en ligne. Placez un lien vers votre page Facebook dans toutes les communications émanant de votre filiale, sur votre bloc-signature de vos courriels, et sur votre site Web. Annoncez-le lors de vos rencontres mensuelles et autres activités, et partagez-le autant que possible. Et si votre budget vous le permet, augmentez votre réseau en ligne par la « promotion » de vos messages. Plus grand sera votre réseau, plus de gens vous découvriront, et plus grand sera l'auditoire qui verra vos messages.

On se voit en ligne!

find us on **facebook.**

facebook.com/CanadianLegion

follow us **twitter**

twitter.com/RoyalCdnLegion

legion.ca

Legion 
There Is Strength And Power In Numbers.

Il ne fait nul doute que les médias sociaux peuvent aider votre filiale à joindre - et à entrer en lien avec - un auditoire plus nombreux.

L'Équipe de marketing de la Direction nationale est ici pour vous aider, vous et votre filiale, à réussir.

En espérant vous rencontrer tous et toutes en ligne, je vous dis merci.