

MODULES DE FORMATION

GESTION DE CLUB SPORTIF

POUR MEMBRES DE COMITÉ

**Communiquer sur les réseaux
sociaux**

Bienvenue !

Vos intervenantes :

**Celia Bianchi
&
Jeanne Pillet**

**Spécialistes en communication
chez North Communication**

Ordre du jour

- 1 Présentation NORTH, Celia & Jeanne
- 2 Quiz d'introduction
- 3 Présentation des différents réseaux et leurs spécificités
- 4 Création d'une stratégie et d'un calendrier éditorial
- 5 À faire / à ne pas faire
- 6 Outils de création et d'organisation
- 7 Quiz final

Pause ?

1. Présentation North Communication, Celia & Jeanne

North Communication

NORTH COMMUNICATION est une agence suisse basée à Lausanne et à Sion.

NORTH est une agence créative indépendante spécialisée en :

- Stratégies globales de communication, branding
- Relations publiques, marketing d'influence
- Événementiel
- Direction artistique, scénographie
- Communication digitale, médias sociaux

#WEARENORTH



Notre équipe



Fabien BAUDIN

Fondateur & Directeur artistique – plus de dix ans d'expérience en relations publiques, événementiel et direction artistique.

Romaine TRAVELLETTI

Senior RP & Communication – Dix ans d'expérience en relations publiques, événementiel et communication.

Celia BIANCHI

Chargée de projets – événementiel et communication

Jeanne PILLET

Chargée de projets – événementiel et communication

Stacy GUERCI

Spécialiste RP

2. Quiz d'introduction

Et vous ?



- Qui a un compte sur les réseaux sociaux ? Facebook ? Insta ? TikTok ? ...?
- Qui consulte tous les jours les réseaux sociaux ?
- Qui l'utilise professionnellement ?
- Quel est le réseau social le plus utilisé en Suisse ?
- Vrai/Faux : il n'y a que des ados sur TikTok ?

Pourquoi êtes-vous là aujourd'hui ?

3. Les réseaux sociaux

Quel réseau pour quel message ? Et pour quelle audience ?

Définition

Le terme "médias sociaux" est utilisé pour décrire des applications, des sites web ou des outils basés sur le web qui permettent aux utilisateurs de créer et de faire circuler du contenu.

Chaque plateforme de médias sociaux est légèrement différente, notamment en ce qui concerne le public qu'elle attire, la manière dont le contenu est partagé et la façon dont les utilisateurs s'engagent.



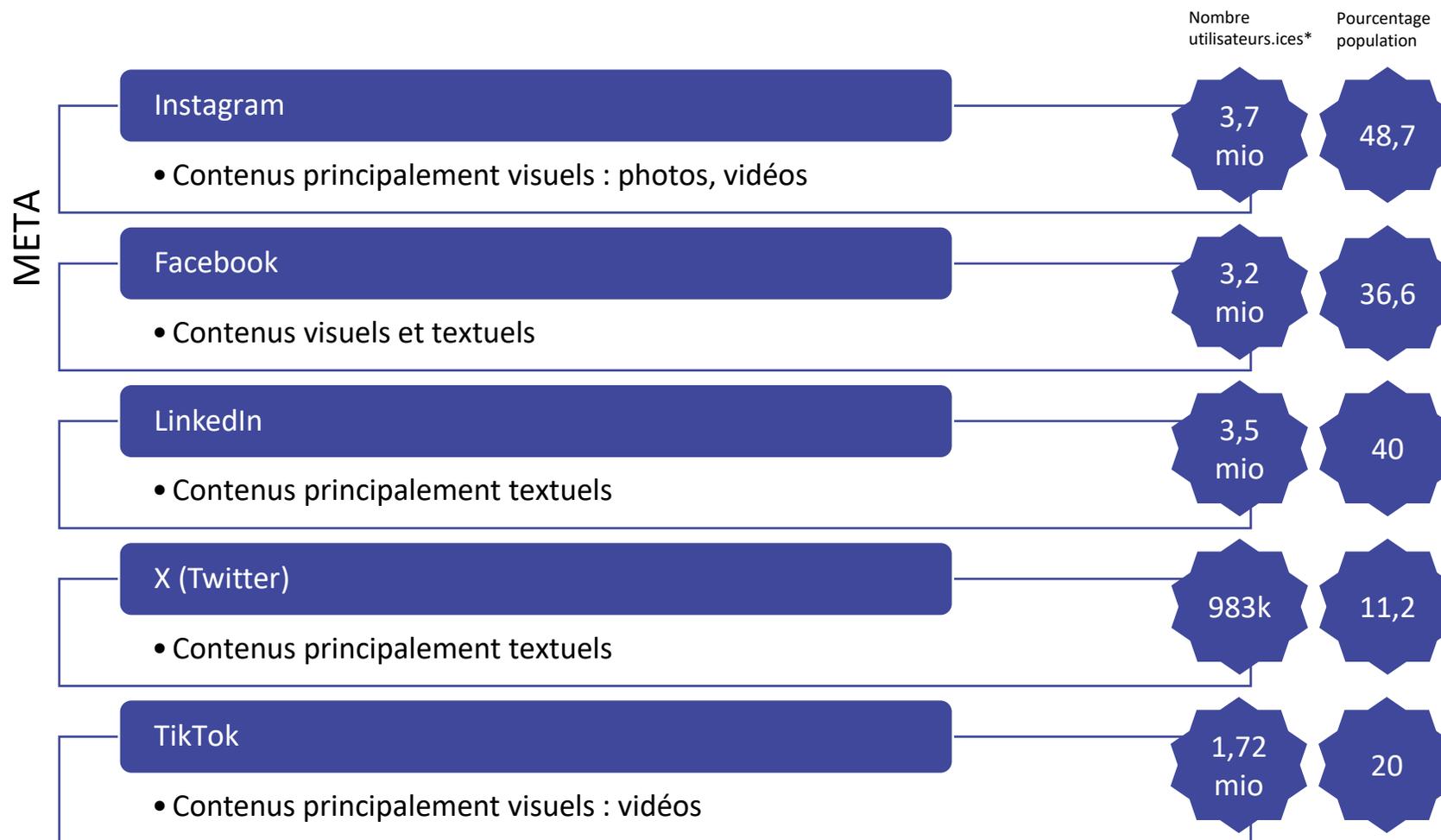
Pourquoi utiliser les médias sociaux ?

Les médias sociaux sont un outil formidable pour les clubs sportifs locaux.

Notamment pour :

- La promotion des activités, des nouvelles et des événements.
- Communiquer à l'interne (plutôt pour les moyens-grands clubs) afin de distribuer l'informations aux membres du clubs et du comité.
- L'augmentation du trafic vers le site web du club.
- Établir des liens, créer des communautés.
- L'engagement et la sensibilisation en ligne.
- Offrir un aperçu du club à l'extérieur.

Les différents médias sociaux et leur utilisation en Suisse



*source: [Datareportal 2022](#)

Instagram



Photos et vidéos



Lancés en octobre 2010



Groupe Meta



Disponible sur natel et ordinateur



Interdit au moins de 13 ans



+ d'un milliard d'utilisateur·ices

Types de contenu - feed



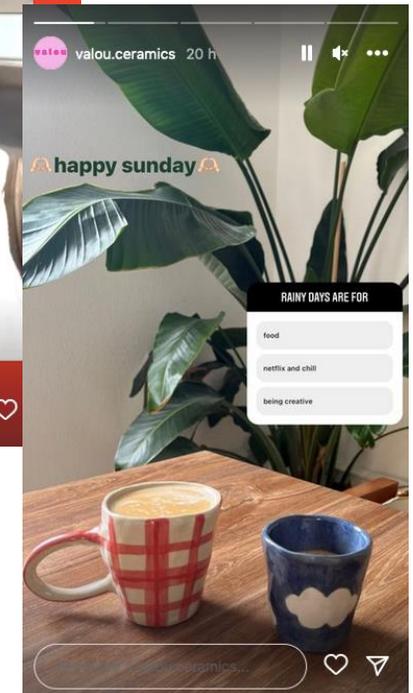
- Création d'un univers de marque – porte d'entrée pour la clientèle cible
- Utilisation de hashtags pertinents
- Fréquence de publication idéale : environ 2 fois par semaine
- Format de visuel recommandé : **carré** (1080x1080 pixels) ou **vertical** (1080x1350 pixels)



Types de contenu - story



- Contenu éphémère (visible pendant 24 heures)
- Développer l'engagement (utilisation de stickers)
- Lien vers le site possible
- Contenu spontané
- Repost de stories (UGC)
- **Stories à la une**
- Fréquence de publication idéale : tous les jours (en deux temps, matin et soir pour rester visible)
- Format de visuel recommandé : vertical (1080x1920 pixels)



Clubs sportifs



Femmes & S...



Manifestatio...



Installations



Offres sport...



Fonds

Types de contenu - Reel



- Type de contenu avantageé par l'algorithme Instagram
- Augmenter la notoriété et montrer une image de marque créative
- Suivre les « trends »
- Fréquence de publication idéale : quelques fois par mois
- Format de visuel recommandé : vertical (1080x1920 pixels)

La clé du succès des reels est de voir ce qui est **tendance** ce jour-là. Regardez d'autres comptes pour voir ce qui se passe afin de ne pas prendre de retard dans votre message.

TIP



Types de contenu - live



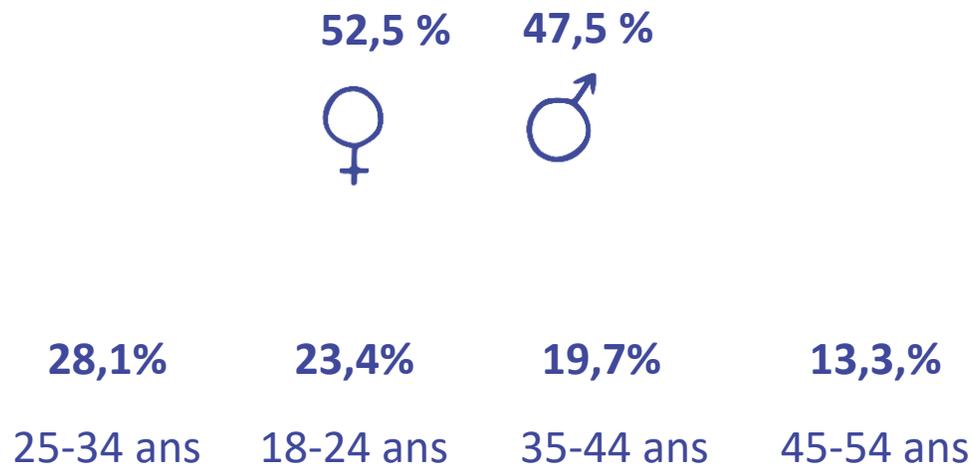
- Diffusion en direct
- Réactions en direct des internautes
- Augmenter sa visibilité
- Buts possibles : raconter une histoire / questions-réponses avec sa communauté / offrir un code promo spécial à ses abonnés / faire la promotion d'un nouveau produit ou service / faire la promotion d'un événement / montrer les coulisses
- Fréquence de publication idéale : créer un rendez-vous hebdomadaire / mensuel avec ses abonné·es – « le live du mardi soir »



Démographie des utilisateurs-ices



Statistiques 2023 en Suisse*



*sources : statistiques Instagram janvier 2023

Pourquoi Instagram est utile pour vous ?



- Comme vitrine « digitale » pour le club
- Pour faire connaître votre sport/votre club
- Pour communiquer sur les actualités, les événements
- Pour valoriser vos sportifs-ves et leurs performances
- Pour interagir avec les fans et créer une communauté
- Pour recruter de nouveaux membres
- Pour toucher un public entre 18-35 ans



Facebook



Textes, photos et vidéos



Fondé en 2004
Public dès 2006



Groupe Meta



Disponible sur natel et
ordinateur



Interdit au moins de 13 ans



+ de 2,5 milliards
d'utilisateur·rices

Types de contenu - post



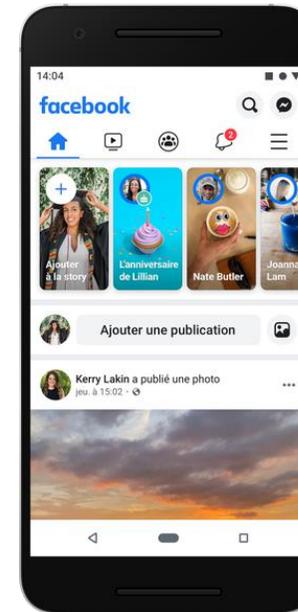
- Publication texte avec ou sans image
- Publication vidéo
- Possibilité de lien vers le site
- Partage d'informations, d'actualités, de résultats
- Fréquence de publication idéale : environ 2 fois par semaine
- Format de visuel recommandé : **carré** (1080x1080 pixels) ou **vertical** (1080x1350 pixels)



Types de contenu - story



- Contenu éphémère (visible pendant 24 heures)
- Développer l'engagement (utilisation de stickers)
- Contenu spontané
- Fréquence de publication idéale : tous les jours (en deux temps, matin et soir pour rester visible)
- Format de visuel recommandé : vertical (1080x1920 pixels)



Types de contenu - live



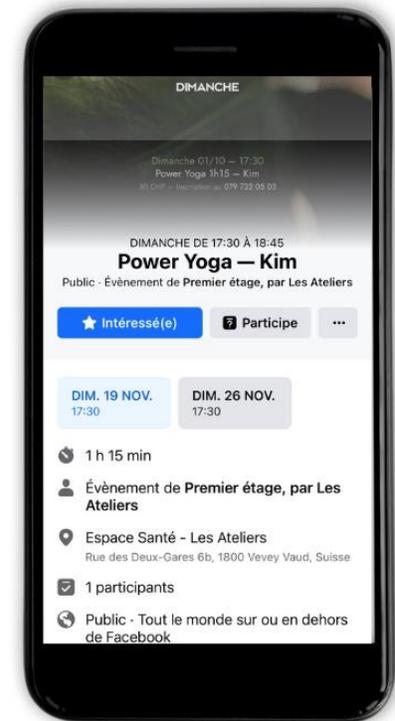
- Diffusion en direct
- Réactions en direct des internautes
- Augmenter sa visibilité
- Buts possibles : raconter une histoire / questions-réponses avec sa communauté / offrir un code promo spécial à ses abonnés / faire la promotion d'un nouveau produit ou service / faire la promotion d'un événement / montrer les coulisses
- Fréquence de publication idéale : créer un rendez-vous hebdomadaire / mensuel avec ses abonnés – « le live du mardi soir »



Types de contenu - événement



- Publication faite spécifiquement pour promouvoir un événement avec dates précises
- Informations visuelles et claires
- Possibilité « d'inviter ses ami.e.s » à l'événement
- Partage facilité de la publication
- Mise en avant différente par l'algorithme



Page versus Groupe



Page



- Présence « officielle » d'une entreprise, d'un club sportif, d'une marque ou d'une institution.
- Les pages sont publiques.
- Les publications sont faites uniquement par la page, les interactions peuvent se faire en commentaires ou messages privés.

Groupe



- Les groupes sont des espaces de discussions plus informels.
- Ils peuvent être secrets, privés ou publiques.
- L'interaction directe entre les membres y est favorisée : tout le monde peut publier.
- Lieu de discussion privilégié pour une communauté : partage d'expériences, astuces, recommandations.



Randonnées en Suisse

[Rejoindre](#)

Groupe (Public) · 204 K membres

À propos

Groupe créé pour partager sur les randonnées que l'on aime, que l'on faire découvrir ou au contraire dont on souhaite obtenir des... Voir plus

Membres



Audrey, Thierry et 65 autres ami(e)s ont rejoint le groupe



Rencontre Le Monde et Moran sont administrateurs. Stphn est modérateur.

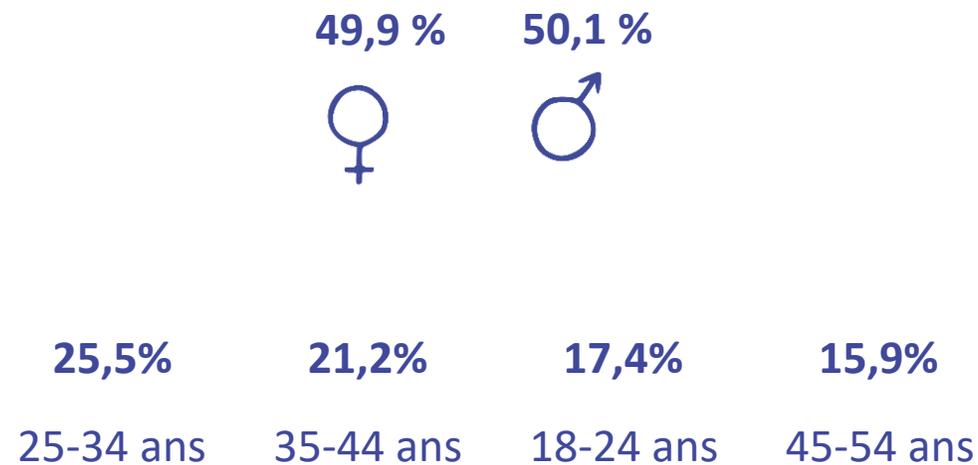
Activité du groupe

[Rejoindre le groupe](#)

Démographique des utilisateur-ices



Statistiques 2023 en Suisse*



*sources : statistiques Instagram janvier 2023

Pourquoi Facebook est utile pour vous ?



- Pour faire connaître votre sport/votre club
- Pour communiquer sur les actualités, les événements
- Pour valoriser vos sportifs-ves et leurs performances
- Pour interagir avec les fans et créer une communauté
- Pour recruter de nouveaux membres
- Pour toucher un public entre 25-45 ans



LinkedIn



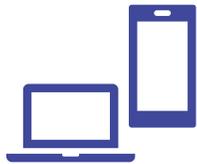
Textes, photos et vidéos



Créé en 2003



Groupe Microsoft



Disponible sur natel et ordinateur



+ de 774 millions de comptes



Plateforme de réseautage professionnel

Types de contenu - post



- Rédaction d'un texte accompagné d'une image ou d'une vidéo
- Rédaction d'articles plus détaillés
- Utilisation de hashtags pertinents
- Possibilité de réaliser des carrousels avec un fichier PDF (plusieurs images qui défilent)
- Informations sur des événements du club, des formations, des actualités du domaine sportif, partage d'articles, recrutement
- Fréquence de publication idéale : 1 fois par semaine
- Format de visuel recommandé : **carré** (1080x1080 pixels) ou **horizontal** (1200x627 pixels)

Sport et éducation ph... + Suivre •••
2 300 abonnés
2 j • 🌐

🔥 Prêt à booster la visibilité de votre club sur les réseaux sociaux?
...voir plus

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
2 décembre 2023

Cella Bianchi
Spécialiste en communication,
North Communication

Contenu:

- Différents réseaux et leurs spécificités
- Création d'une stratégie
- Calendrier éditorial
- Outils de création et d'organisation

Informations détaillées, contenu des formations et inscriptions:
www.vvd.ch/sport-formations

Proposé par
BUREAU DE L'ÉDUCATION, PROPOSÉ ET DU SPORT

Types de contenu - événements



- Publication faite spécifiquement pour promouvoir un événement avec dates précises
- Liens d'inscription
- Partage facilité de la publication
- Mise en avant différente par l'algorithme

Initiation au self-defense

Événement de Black Ladies in Tech

 dim., 26 nov. 2023, 21:30 - 23:30 (votre heure locale)

 En ligne

 Lien de l'événement · <https://www.eventbrite.com/e/billets-initiation-au-self-defense-pour-les-black-ladies-in-tech-722521570467?aff=LinkedIn>

2 participants

Participer

Partager ▾



Détails

Commentaires

Groupes



- Les groupes sont des espaces de discussions plus informels.
- Ils peuvent être « non-listés », privés ou publiques.
- L'interaction directe entre les membres y est favorisée : tout le monde peut publier.
- Lieu de discussion privilégié pour une communauté : partage de connaissances, connexion et réseautage, tendances de l'industrie



Leaders in Sport Management

43 k membres

Johan Cruyff Institute 'Leaders in Sport Management' professional group is a worldwide network of sports business executives and sports professionals in all areas of the sport industry. Its purpose is ...

Rejoindre

Sport Industry Group

22 k membres

Sport Industry Group brings the sport industry together through a series of world-class events, industry-leading editorial content and a genuinely unparalleled network of influential figures from...

Rejoindre



Champion Performance Group - Leaders, HR, Sport & Corporate Teams

2 membres

Getting to the top has a version of the same answer for every team and leader: They have to reprogram their mind 🧠 I'm Coach Adelaide. Champion performance psychologist. Adventurer...

Rejoindre



Sport Leaders Club

920 membres

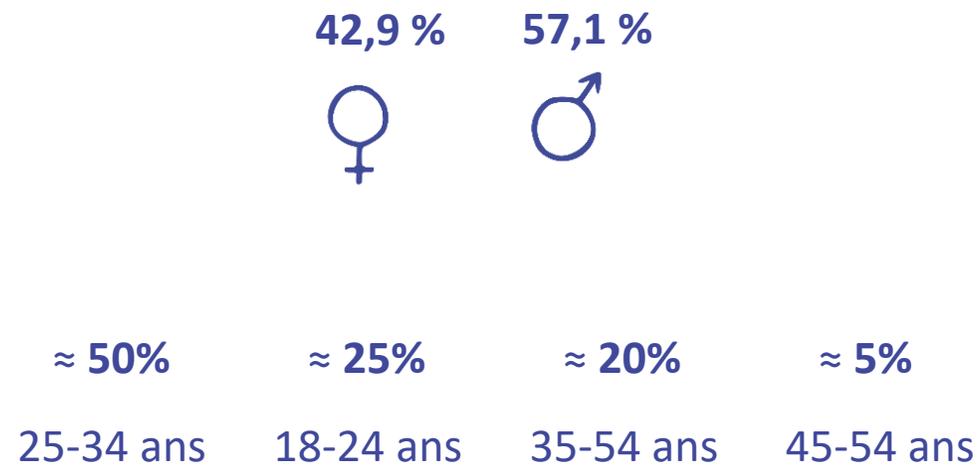
Sport Leaders Club è l'unica iniziativa in Italia dedicata allo sviluppo del dialogo tra sport e mondo delle aziende. La sua missione è favorire le connessioni tra i protagonisti dello sport business. Quest...

Rejoindre

Démographique des utilisateur-ices



Statistiques 2023 en Suisse*



*source : Datareportal

Pourquoi LinkedIn est utile pour vous ?



- Pour faire des connexions avec les professionnel·le·s du même milieu
- Pour communiquer sur les actualités, les événements, les formations
- Pour valoriser l'expertise de votre club
- Pour recruter de nouveaux membres
- Pour toucher un public plutôt professionnel entre 25-35 ans



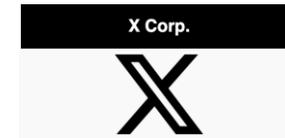
X (Twitter)



Textes, photos et vidéos



Créé en 2006



(Elon Musk)



Disponible sur natel et ordinateur



+ de 550 millions
utilisateur·rices actif·ves par
mois



Réseau plébiscité par les
médias

Types de contenu - tweet



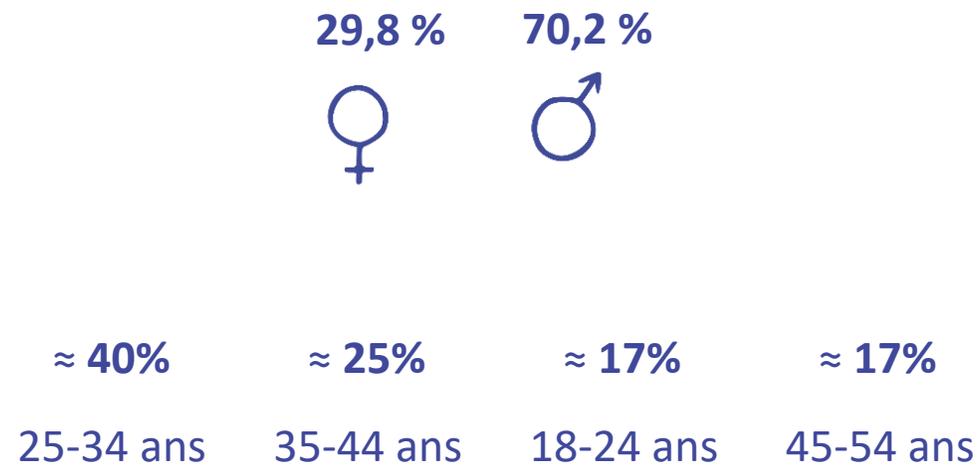
- Contenus principalement textuels
- Possibilité d'y ajouter des photos, vidéos, gifs et liens
- Réaction à l'actualité, retweet d'autres comptes
- Partage de résultats, d'informations en avant-première
- Utilisation de hashtags
- Réactivité de publication plus importante que fréquence



Démographique des utilisateur·ices



Statistiques 2023 en Suisse*



*source : Datareportal

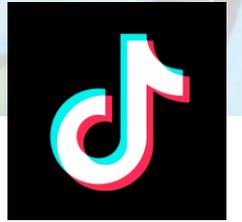
Pourquoi X est utile pour vous ?



- Pour faire des connexions avec les professionnel-le-s du même milieu
- Pour communiquer sur les actualités, les événements, les formations
- Pour valoriser l'expertise de votre club
- Pour recruter de nouveaux membres
- Pour toucher un public plutôt professionnel entre 25-35 ans



TikTok



Vidéos & carrousel photos



Créé en 2016



ByteDance



Disponible sur natel et ordinateur

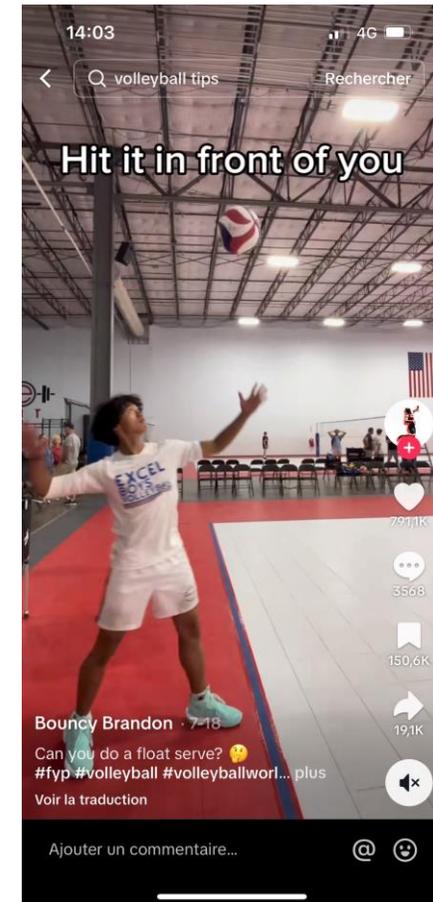


+ 1,5 milliard d'utilisateur·rices

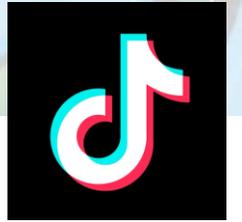
Types de contenu - Vidéo



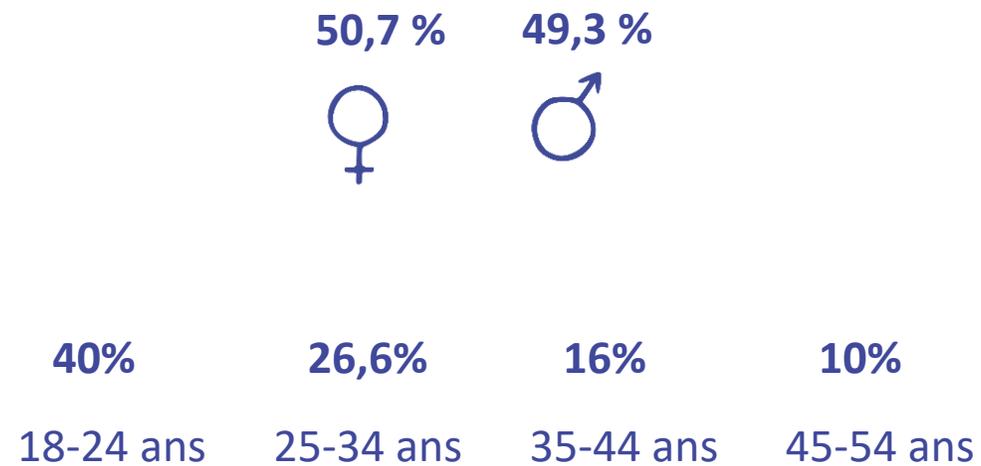
- Contenu principalement visuel
- Possibilité d'ajouter du texte, une voix off ou générée automatiquement
- Outil de création de vidéo intégré
- Beaucoup de nouvelles trends chaque jour
- Plein de filtres interactifs pour créer du contenu
- Possibilité de poster des photos en carrousel
- Utilisation des #



TikTok

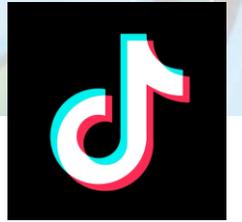


Statistiques 2023 en Suisse*



*sources : Audience Insights TikTok 2023

Pourquoi TikTok est utile pour vous ?



- Pour créer des contenus vidéos dynamiques
- Pour véhiculer une image jeune de votre club
- Pour toucher un autre public cible
- Pour trouver des tendances vidéos inspirantes



Avez-vous des questions ?



Pause

15 min pour un café !

4. Stratégie et calendrier éditorial

Trouver une ligne directrice et planifier ses contenus

4.1. Définir des objectifs



Pourquoi être sur les réseaux sociaux ?

- Faire découvrir votre club / sport ?
- Créer une communauté autour de votre sport ?
- Promouvoir vos événements?
- Recruter des membres ?
- Communiquer avec l'extérieur ?
- ...

➤ Avoir des objectifs clairs vous permettra d'affiner votre **stratégie** !

4.2. Définir des cibles



A qui est-ce qu'on s'adresse ?

Où se trouve cette cible ?

- Quel canal ?
- Quel RS ?

Quel genre de contenu plait à cette cible ?

➤ Définir vos cibles vous permettra de savoir **où** et **comment** communiquer !

4.3. Définir son identité



Quelle est l'identité spécifique à votre club, son positionnement ?

- Pro, expert, détente, sympathique, accessible, matériel technique, ambiance d'équipe, ...

Quelle est son identité visuelle ;

- Quelles sont ses couleurs ?
 - Quelle est la police d'écriture à utiliser (p.ex. en story) ?
 - Le filtre ?
 - Les # ?
- Définir votre identité vous permettra de savoir **quoi** communiquer !

4.4. Définir des typologies de contenu



Contenus informatifs : ex. calendrier des matchs à venir, actualités, résultats, nouveau joueur·euse, recrutement

Contenus inspirants : ex. histoire du sport et anecdotes, histoire du club, présentation des membres et leur engagement,...

Contenus utiles : ex. trucs et astuces pour améliorer sa technique, nouveautés technologiques du sport, ...

...

- Définir vos contenus vous permettra d'avoir une **cohérence** dans votre communication !

4.4. Définir des typologies de contenu



Tout en ayant une identité globale, trouvez un moyen visuel de différencier les types de contenus !

Cela peut être :

- Un emoji au début du texte
- Un élément visuel sur les posts
- Un filtre couleur
- ...



4.5. Planifier sa communication



Communiquer sur les réseaux sociaux n'est pas de l'impro !

Répartir le contenu en fonction de l'actualité, des impératifs, de la possibilité de créer du contenu, essayer de garder une régularité de publication

Outil : calendrier éditorial

- Planifier votre communication va vous permettre d'être **organisé·e** et d'avoir toujours un coup d'avance !

4.5. Planifier sa communication



Calendrier éditorial

- Définissez votre **ligne éditoriale et visuelle**, ainsi que la **fréquence** de publication que vous souhaitez tenir
 - Une fréquence de publication de 2 posts dans le feed par semaine devrait être le minimum
 - Votre calendrier éditorial vous permettra de planifier vos posts pour la semaine / mois à venir en fonction des thématiques ou de l'actualité
 - Cela vous permettra de maintenir une homogénéité dans vos publications
- Planifier votre communication va vous permettre d'être organisé-e et d'avoir toujours un coup d'avance !

Calendrier éditorial – exemple instagram & FB



	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
AVRIL						01/04/2023	02/04/2023
				Post		Story	
				Annonce match 08.04		Annonce joueur·se·s	
	03/04/2023	04/04/2023	05/04/2023	06/04/2023	07/04/2023	08/04/2023	09/04/2023
			Story	Story		Stories	Post
			Sondage : qui sera là au match	Rappel match samedi		Match : ambiance, commentaires joueur·se·s	Annonce score
	10/04/2023	11/04/2023	12/04/2023	13/04/2023	14/04/2023	15/04/2023	16/04/2023
		Reel					
		Retour en image sur le match de samedi !					
	17/04/2023	18/04/2023	19/04/2023	20/04/2023	21/04/2023	22/04/2023	23/04/2023
			Story	Reel		Stories	Post
			Rappel match samedi	Les meilleures buts de la saison		Match : ambiance, commentaires joueur·se·s	Annonce score
	24/04/2023	25/04/2023	26/04/2023	27/04/2023	28/04/2023	29/04/2023	30/04/2023
		Story					
	Sondage : vos pronostics pour le prochain match						

4.6. Spontanéité !



En plus du contenu de base que vous avez planifié, n'hésitez pas à être **spontané** !

Par exemple :

- Capitaliser sur les contenus existants en repartageant les mises à jour d'autres organisations/clubs communautaires, les nouvelles, les articles ou le contenu vidéo qui correspondent à votre club ou qui parlent à votre communauté.
- Rebondissez sur les trends & les actus
- Repartagez les contenus de votre communauté qui vous mentionnent
- ...

Avez-vous des questions ?





Exercice de groupe

Par groupe de 10, imaginez 5 typologies de posts qui pourraient être pertinentes pour vous et qui reviendraient régulièrement.

Vous avez 15 minutes.



5. A faire / à ne pas faire

Conseils et bonnes pratiques

A faire



- Lier votre compte Facebook et votre compte Instagram
- Utiliser l'outil gratuit de Meta pour programmer vos posts et stories pour le prochain mois à venir
- Communiquer régulièrement et en variant les typologies de contenus et de formats (y compris contenus engageants, sondage, live), posts et stories/stories à la une
- Respecter votre stratégie, votre identité et votre positionnement pour les visuels et les textes
- Pour chaque post, ajouter le plus d'informations possible : description, lieu, identifier des gens, mettre des #, choisir des thèmes, ajouter une musique, ...
- Communauté : répondre aux messages, commentaires, repartager les stories / posts qui vous mentionnent, poser des questions à vos followers
- Analyser vos performances : grâce à Meta, observer vos résultats et regarder comment vous améliorer, quels posts fonctionnent, etc.
- « Sponsoriser » certains contenus pour toucher plus de monde

A ne pas faire



- Laisser beaucoup de temps entre les publications
- Mettre plus de 48h à répondre aux messages
- Être beaucoup à créer du contenu -> manque d'homogénéité et de cohérence
- Poster du contenu de mauvaise qualité : photos floues, textes avec des fautes d'orthographe, ...
- Répondre aux commentaires / messages négatifs ou insultants / entrer dans une polémique
- Partager des photos de personnes qui n'ont pas donné leur accord (!! surtout enfants)

Avez-vous des questions ?





Exercice de groupe

Analysez de comptes RS en groupe :

- Points forts / faibles
- Bonnes idées
- Présentation ensemble

[@aviron.neuchatel](#)

[@painfromage.fc](#)

[@canadiensmtl](#)



6. Outils de création et d'organisation

Organisation

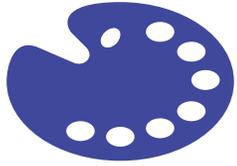


- Excel : calendrier éditorial
- Trello : planification du contenu et échange en équipe
- Meta Business Suite : programmation + statistiques

Création



- Stories & Reels Instagram
- Canva
- Capcut



Créer un visuel

A l'aide de Canva, créez un post Instagram (visuel + texte) pour informer vos followers du repas de Noël organisé par votre club





Quiz final

Questions sur matière vue durant la formation !



Merci pour votre attention et votre participation !



Bon retour dans vos clubs 😊