

# GRILLE DE NOTATION POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

## MISE EN FORME DES RESEAUX SOCIAUX

---

### *Interactivité entre les plateformes web et les réseaux sociaux (RS)*

Il doit y avoir une réciprocité de tous les supports digitaux : des liens connexes entre Facebook, Twitter, Instagram mais aussi avec vos supports web (site, application mobile, chaîne Youtube).

### *Graphisme global*

Le RS doit contenir une bannière respectant le branding, c'est-à-dire regroupant les éléments descriptifs de votre groupuscule : logo, slogan, charte graphique cohérente.

### *Présentation chapeau*

Une présentation de votre groupuscule doit apparaître et contenir des informations clés permettant de vous identifier rapidement « qui êtes-vous ? que faites-vous ? » + lien vers tinyurl.

## REDACTION DES PUBLICATIONS

---

### *Orthographe et ponctuation*

Respecter les règles orthographiques et de ponctuation → dans un souci de lisibilité.

### *Stylistique*

Jouer sur les normes d'écritures : utiliser des codes typographiques pour créer des rituels dans la rédaction. Exemples : « [COPINAGE] début de post » utilisé à chaque partage de compte ami ou des émoticônes pour chaque type de post ».

### *Ton*

Utiliser un ton adéquat avec votre image de marque : « à vous qui vous adressez-vous ? ». Répondre à cette question vous permet d'identifier comment l'on s'adresse à votre cible.s et comment votre message promotionnel est perçu → registre marketing et publicitaire à privilégier avec des termes mélioratifs et incitatifs.

### *Originalité des contenus*

Développer votre branding en utilisant les possibilités graphiques des réseaux sociaux/ Exemple : élaborer une mosaïque de posts, utiliser des memes/l'actualité, des gifs et/ou des filtres.

### *Longueur des messages*

Veiller à respecter une longueur adéquate pour vos publications : des posts trop longs ne seront pas lus dans leur intégralité → miser sur l'hyperlien pour poursuivre ou le « *swipe up* ». Il faut avant tout rester synthétique et pertinent.

## **DYNAMIQUE DE RESEAU SOCIAL**

---

### *Appréhension des audiences de publication et des relais de diffusions*

Il faut choisir avec soin les hastags et tags qui permettent de rediffuser vos informations et celles des autres. Une veille sur les TT, RT, trending est obligatoirement à effectuer.

### *Miser sur l'interactivité*

Engager (de manière quasi-systématique) le visiteur à cliquer un lien, regarder une vidéo, « liker », partager, s'abonner, « *follower* », commenter la vidéo, retwitter, etc. → storys, IGTV, sondages à choix, gestion des commentaires

### *Régularité des posts/stratégie de chronologie*

Utiliser des effets de mode au bon moment (utilisation de Google Trends), à la bonne heure de la journée, effets de teaser. Poster ni trop souvent ni pas assez, contrôler la régularité. Utiliser les outils d'analyse de tendance pour savoir quand et comment les modes évoluent.

### *Apport d'affect*

Les posts doivent dégager de l'émotion positive afin d'attirer l'empathie de vos cibles primaires et secondaires → toujours se poser la question « *mon objectif affectif est-il atteint ?* »