
Communiquer à l'aide des réseaux sociaux

FICHE PEDAGOGIQUE
&
SYNOPSIS DETAILLE

A DESTINATION DES EQUIPES PEDAGOGIQUES DE LIGUES



COMMUNIQUER A L'AIDE DES RESEAUX SOCIAUX

Module n°4 du thème « Communication »

| | |
|---------------------------------------|---|
| Thème | Communication |
| Objectifs du module | <ul style="list-style-type: none"> • Appréhender l'environnement de la communication digitale • Découvrir les fonctionnalités d'une page Facebook • Maîtriser la gestion et l'animation d'une page Facebook |
| Niveau du module | Niveau 1 |
| Préconisation du nombre de stagiaires | 6 minimum – 9 maximum |
| Nombre et profil du ou des formateurs | Chargé(e) de communication Ligues/Districts |
| Public concerné | Référents communication club, contributeurs, dirigeants de club, districts souhaitant s'investir dans la gestion des réseaux sociaux. |
| Programme module | <p>Séquence 1 : Bien démarrer</p> <p>Séquence 2 : Définir la place de la communication digitale</p> <p>Séquence 3 : Découvrir Facebook : leader des réseaux sociaux</p> <p>Séquence 4 : Gérer et animer une page Facebook</p> <p>Séquence 5 : Revenir sur les points essentiels du module et conclure</p> |
| Durée module | <p>4 h :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Séquences 1 & 2 : 1 h 30 - Séquences 3,4 & 5 : 2 h 30 (dont pause de 15 min) |
| Délivrance attestation | Oui |





Les objectifs visés

Ce module a pour objectifs d' :

- Appréhender l'environnement de la communication digitale
 - Découvrir les fonctionnalités d'une page Facebook
 - Maitriser la gestion et l'animation de page du club
-



Le contenu

Séquence 1 : Bien démarrer

Objectif(s) : rendre original le tour de présentation de manière à impliquer tout le monde et identifier dès le début du module les attentes des participants.

Ce module étant court (4h), 15 minutes sont dédiées à la présentation du module et des participants :

1.
(15 min)
 - Le formateur présente les objectifs et le déroulement du module ;
 - Puis chaque participant, en 2 minutes, prépare une courte présentation d'une minute maximum : prénom, club de provenance, poste au sein du club et ancienneté, ce qu'il attend de ce module.
 - Il devra pendant sa préparation lister l'ensemble des réseaux sociaux que les participants utilisent dans leur vie quotidienne et/ou professionnelle et dans leur club.
 - Puis chacun passe, selon un ordre défini par le formateur. Pour cela, le participant se lève, se présente, colle le post-it sur le Paper et commente son choix.
Le formateur note quant à lui au Paper les attentes de chaque participant.
-

Séquence 2 : Définir la place de la communication digitale au sein d'un projet

Objectif(s) : cette séquence a pour objectif de faire le lien entre ce module et le module « Découvrir la méthodologie de projet ». On replace ici la communication au sein d'un projet dans un premier temps puis le sujet sera approfondi à travers la communication digitale.

Le formateur commence cette séquence en posant une question ouverte aux stagiaires : Qu'est-ce que la communication ?

Après avoir débriefé, il explique que la communication est un outil au service d'un projet et qu'avant de communiquer, il faut définir sur ce qui va être communiqué, auprès de qui, via quel support de communication.

Rapidement, il présente un état des lieux sur la communication dans les clubs. Les canaux de communication historiques sont présentés puis les canaux nouveaux. La Communication digitale est alors définie et les différents réseaux sociaux sont présentés :

2.
(1 h15)

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Snapchat
- Youtube
- What's App

Pour chaque réseau social, les principales caractéristiques sont expliquées.

Un point important est ensuite réalisé sur la dédramatisation des réseaux sociaux. En effet, bien que les dérives soient nombreuses, si leur gestion est bien encadrée l'usage de la communication digitale est un réel atout pour un club de football.

Il explique que bien qu'il n'y ait pas de schéma idéal d'organisation, quelques principes doivent être respectés afin d'assurer un bon fonctionnement :

- identification des responsables de la communication digitale
- validation de la politique de publication par le Comité Directeur
- respect des règles d'utilisation des réseaux sociaux
- sensibilisation des licenciés via le Programme Educatif Fédéral

Pour conclure la séquence, le formateur explique que bien que plusieurs réseaux sociaux ont été présentés, un seul sera développé dans la suite de la formation : Facebook.

Séquence 3 : Découvrir Facebook : leader des réseaux sociaux

Objectif(s) : Découverte du réseau social Facebook et du paramétrage d'une page, interface recommandée pour la présence d'un club sur ce réseau social.

Après avoir rappelé brièvement pourquoi Facebook est le réseau social à développer au maximum dans un club, le formateur présente les différentes entités possibles que l'on peut trouver sur Facebook :

- Profil
- Page

Il explique que pour un club, la seule possibilité d'être sur ce réseau social est d'être une page. Les raisons sont multiples : respect des conditions d'utilisation de Facebook, pages conçues pour les entreprises/associations, multiples avantages, etc.

3.
(1 h 15
Pause incluse)

Est abordé aussi, l'existence du groupe Facebook qui est une fonctionnalité à part entière de ce réseau social.

Un focus est ensuite réalisé sur la vie d'une page Facebook, de sa création jusqu'à sa gestion. Sont abordées dans cette séquence les questions suivantes :

- comment créer une page Facebook ?
- comment définir les paramètres d'une page (Administrateur, confidentialité, etc.) ?
- comment publier du contenu ?
- présentation de la partie Statistiques et de l'Outil de publication.

Enfin, la séquence se conclut par une présentation rapide de l'application pour mobile : gestionnaire de pages.

Séquence 4 : Gérer et animer une page Facebook

Objectif(s) : Lors de cette séquence, l'objectif est d'optimiser la gestion et l'animation de la page Facebook à travers une politique de publication et des astuces.

Après avoir vu comment créer une page, le formateur va développer la partie communication en expliquant comment gérer et animer une page pour attirer des internautes.

4.
(1 h)

Pour cela, le formateur va donner quelques astuces :

- politique de publication
- publication de photos/vidéos et le rôle des contributeurs
- création d'événements
- vidéo à mettre directement sur la page (Conflit Facebook/Youtube)
- nommer les clubs, profils dans les publications
- fréquence de publication optimale
- logiciel de montage vidéo

Il expliquera aussi comment gérer des abus via une modération automatique.



Séquence 5 : Revenir sur les points essentiels du module et conclure

5.
(15 min)

Objectif(s) : capitaliser sur ce qui s'est passé tout au long du module pour que chaque participant reparte confiant avec un plan d'action pour la gestion du réseau social de son club.

Le Formateur revient sur les points essentiels du module et finit par un jeu.

Les attestations de formation seront ensuite remises.

