



## FICHE TECHNIQUE n° 6

# Créer son blog et communiquer sur les réseaux sociaux !

### Sommaire

|                           |    |
|---------------------------|----|
| Bon à savoir .....        | 1  |
| Mettre en pratique .....  | 6  |
| Les réseaux sociaux ..... | 16 |
| Ressources .....          | 21 |



## Introduction

Il existe une multitude de blogs... blog "passion", blog "voyage", blog de "l'homme politique", blog "photo", etc. Certains sont personnels alors que d'autres sont plutôt collaboratifs, les formats peuvent être variés.

Quelque fois perçu, un peu hâtivement, comme un journal intime, l'objet des blogs est multiple : vous pouvez aussi ouvrir un blog par besoin de communiquer et de partager des informations, pour garder une trace de certaines de vos activités, pour créer une communauté autour d'un sujet qui vous passionne, ou encore pour le plaisir d'écrire. Les motivations sont propres à chaque blogueur.

Avant de se lancer dans cette aventure, il est important de savoir que l'ouverture d'un blog demande une réelle implication afin qu'il vive, perdure et évolue dans le temps.

Cette fiche technique vous aidera dans la création de votre blog et vous donnera quelques "trucs et astuces" pour développer votre future communauté sur les réseaux sociaux !



## Petit B.A. – BA avant de commencer

### Un blog, c'est...

Un site web présenté comme un espace d'expressions en ligne, moins conventionnel qu'un site internet classique, qui permet de diffuser des informations au jour le jour (sur le même principe qu'un journal).

**Celui-ci doit respecter quelques principes de base. Votre blog doit être :**

- **Interactif** : il doit offrir la possibilité d'échanger, de partager des idées entre internautes. Certains blogs offrent la possibilité de s'abonner pour recevoir une alerte lors de la parution d'un nouvel article. N'importe qui, en visitant un blog, peut réagir à l'un des articles, en écrivant un commentaire. C'est un outil dynamique de publication.
- **Alimenté** de nombreux liens vers des blogs appartenant à la même communauté d'intérêts ou vers d'autres ressources web.
- **Remis à jour** fréquemment : les blogueurs sont en général très réactifs à l'actualité. Ce sont en effet les informations récentes qui sont mises en avant sur un blog.
- À l'image de son auteur, **original et unique**.
- **Facile** à créer et à alimenter.



Comme nous l'évoquions précédemment un blog n'est pas un site web classique : nous ne retrouvons pas de page d'accueil, ni de menus et sous-menus. Les articles rédigés s'empilent les uns au-dessus des autres, par date et au fur et à mesure qu'ils sont écrits. Cet empilement est caractéristique des blogs : le dernier article posté est mis en avant, même si celui-ci n'est pas le plus intéressant !



Il n'est pas non plus une boutique en ligne : même si certains internautes l'utilisent à cet effet, sachez qu'un blog n'est pas vraiment adapté à la vente en ligne. Il n'offre notamment pas la même sécurité des paiements et ne permet pas un accès rapide et aisé des produits.

Il faut donc plutôt regarder le blog comme un bon outil complémentaire, offrant la possibilité d'une communication plus libre, plus riche et plus interactive avec les internautes.

## Quelques conseils

Il ne faut pas être un génie de l'informatique pour créer son blog, néanmoins quelques règles de base pourront utilement être observées pour sa conception et pour en optimiser l'utilisation par les internautes.

### Établir une ligne éditoriale

- Cette ligne correspond à la thématique que vous souhaitez donner à votre blog, son fil conducteur. Il s'agit ici de définir le ou les thèmes des futurs articles que vous posterez : blog environnemental, blog de cuisine, blog personnel...
- Cette ligne éditoriale peut également passer par la création de catégories : ce système permet à l'internaute de se retrouver plus facilement dans les sujets que vous aborderez. Elle constitue en quelques sorte une charte pour la rédaction des contenus : objectifs du blogs et publics, contenus thématiques, fréquence de publication, ton rédactionnel, etc.

### Décider d'un nom de domaine

- Le blog est comme votre bébé...il doit porter un nom ! Ce nom constituera l'URL de votre site et sera la base de toutes les autres pages de votre blog.
- Ne vous posez plus la question du .fr ou .com car aujourd'hui les moteurs de recherche (comme Google) ne font plus la différence.

### Se construire une identité graphique

- Les plateformes de blogging offrent énormément de thèmes gratuits. Cela dit, nous vous conseillons de partir sur un thème payant. Cette option vous offrira davantage de possibilités de personnalisation. Vous pourrez plus facilement vous distinguer des autres et ceci pour un faible budget (de 100 à 300 euros selon les options choisies).

### Écrire ses premiers articles

- Il n'y a rien de plus frustrant que d'arriver sur un blog avec pour seul article, un article de « présentation ». Aussi, avant de mettre en ligne votre blog, écrivez quelques articles afin que vos premiers lecteurs aient un minimum de contenu. L'édition de thèmes variés pour vos premiers articles permettra de toucher un plus large public.

N'oubliez pas qu'en créant un blog vous sortez de la sphère privée puisque votre communication devient ouverte au public. Il est possible de tout faire et de tout dire, cependant quelques règles de prudence s'imposent. Vous êtes un internaute responsable donc :

### Respecter autrui

- Si toute communication relève de la liberté d'expression, celle-ci doit se faire dans le respect des autres et de la loi. Diffamation, racisme, insulte, atteinte à la vie privée, reproduction d'oeuvres protégées par le droit d'auteur, etc. sont des délits condamnables par la loi.

## Respecter le droit d'auteur

- Nous sommes parfois tentés d'illustrer un article par une image trouvée sur Internet. Même si elle est facilement récupérable, cela ne veut pas dire que vous êtes autorisés à le faire. Tous les textes, images, morceaux de musique récupérés sur Internet doivent faire l'objet d'une autorisation de son auteur (ou son ayant-droit). N'hésitez pas à consulter des ouvrages sur le sujet comme Le guide pratique du droit d'auteur d'Anne-Laure Stérin.
- À l'inverse, si le contenu de votre blog est protégé par le droit d'auteur, indiquez-le : « Le contenu de ce blog est protégé par le droit d'auteur. Toute reproduction doit faire l'objet d'une demande ».

## Protéger votre vie privée

- Prenez le temps de régler votre profil en configurant soigneusement votre compte. Si vous souhaitez rester anonyme, utilisez un pseudonyme. Pour votre photo de profil, choisissez un avatar plutôt qu'une photo de vous et divulguez le minimum d'informations personnelles.



## Être honnête, indiquer les sources

- Si l'auteur vous laisse utiliser une photo, par exemple, n'oubliez pas d'indiquer son nom afin de respecter l'intégrité de son oeuvre.

## Respecter le droit à l'image

- Ne diffusez pas la photo d'une personne sans son accord écrit. Inutile de préciser que pour les enfants, le consentement des parents est obligatoire.
- À l'inverse, n'oubliez pas de « marquer » vos images en écrivant votre nom, votre adresse de blog et leurs conditions d'utilisation. Vos images peuvent effectivement s'afficher en dehors de leur contexte notamment lors des recherches, par les internautes, sur les moteurs de recherche.

## Surveiller les commentaires

- Dans certaines circonstances, l'auteur d'un blog peut être tenu pour responsable des propos tenus sur son blog. Il est important de vérifier les commentaires avant leur publication, c'est ce que l'on nomme la modération des commentaires.

## Respecter les mentions légales

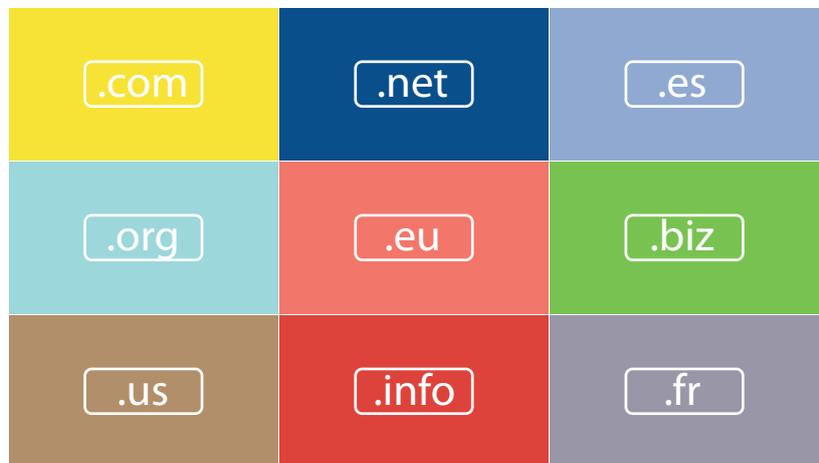
- En tant que responsable du contenu de votre blog, vous devez pouvoir être identifiable en cas de litige. Si vous avez choisi l'anonymat, vous devez indiquer sur votre blog les coordonnées de votre hébergeur, qui dispose lui de votre identité et de vos coordonnées.

## Créer un blog "prêt à l'emploi"

Le principe des blogs repose sur l'utilisation d'un outil en ligne, en l'occurrence une plateforme de blogging, qui permet d'insérer et de mettre en forme des articles.

### 1<sup>ère</sup> étape : Choisir une plateforme (hébergeur)

L'hébergeur est un prestataire qui stocke physiquement sur ses serveurs les pages d'un site web pour les rendre accessibles aux internautes. En surfant sur Internet, vous observerez qu'il existe une multitude de sites vous proposant de créer un blog. Parmi eux, vous trouverez : Blog4ever, Blogger (gratuit), BlogSpirit (gratuit ou formule payante), CanalBlog (gratuit), Cigogne (gratuit), Eklablog (gratuit), Faistonblog (gratuit et options payantes), Haut et Fort (gratuit ou formule payante), Joueb (gratuit ou formule payante), Over-Blog (gratuit et sans publicité), Skyrock blog (gratuit), Space-blogs (gratuit), Typepad (payant), ViaBloga (payant), WordPress (gratuit ou formules payantes), 20Six (gratuit ou formule payante).



### Conseil CPIE...

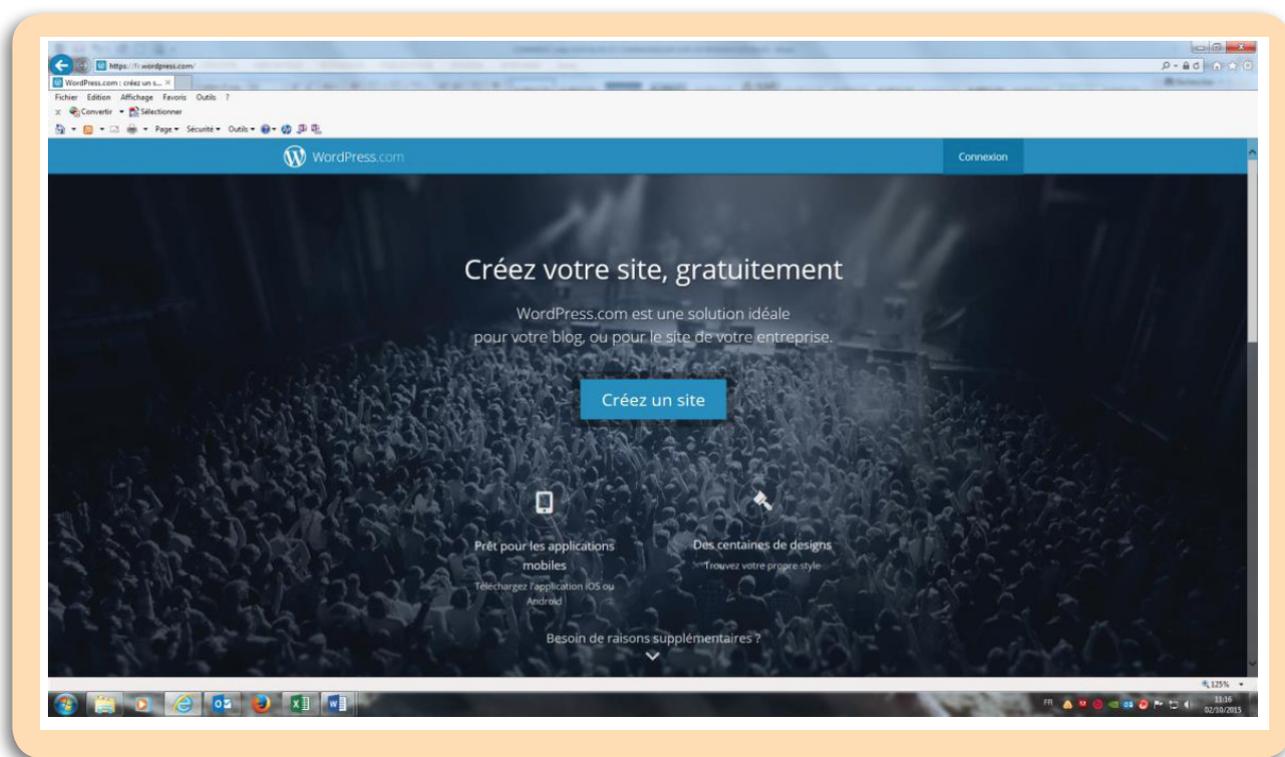
- Choisissez une plateforme largement utilisée (elle aura moins de chance de fermer son service) comme Blogger ou WordPress par exemple : faites votre choix en comparant les offres gratuites : mot de passe, blog collaboratif, nuage de tags (la plupart de tout ça n'existe pas sur Overblog, même en payant).
- Prenez le temps de visiter quelques blogs créés et observez leur apparence.
- Testez un ou deux hébergeurs et lancez-vous ! Vous pourrez par la suite supprimer les blogs « d'essai » non choisis. Il faut avoir en mémoire que c'est le contenu de votre blog qui fera sa qualité... et ceci quelle que soit la plateforme.

Certaines plateformes permettent la création d'un nom de domaine c'est-à-dire une adresse avec le nom de votre choix. Dans le cadre de la création d'un blog professionnel, ce service payant peut être utile.

## 2<sup>ème</sup> étape : accédez à la plateforme

Pour vous aider dans cette démarche, nous allons illustrer notre propos avec un exemple concret sur WordPress. **NB : Cette plateforme est donnée à titre indicatif, elle n'est pas mieux ni moins bien que d'autres.**

1. Ouvrez votre navigateur web. Nous vous conseillons Mozilla Firefox pour administrer le site car Internet Explorer ne permet pas l'utilisation des fonctionnalités d'administration dans leur ensemble. Il est possible de télécharger gratuitement Mozilla Firefox sur : <https://www.mozilla.org/fr/firefox/new/>
2. Rendez-vous sur la page d'accueil du site WordPress



## 3<sup>ème</sup> étape : Créez votre compte

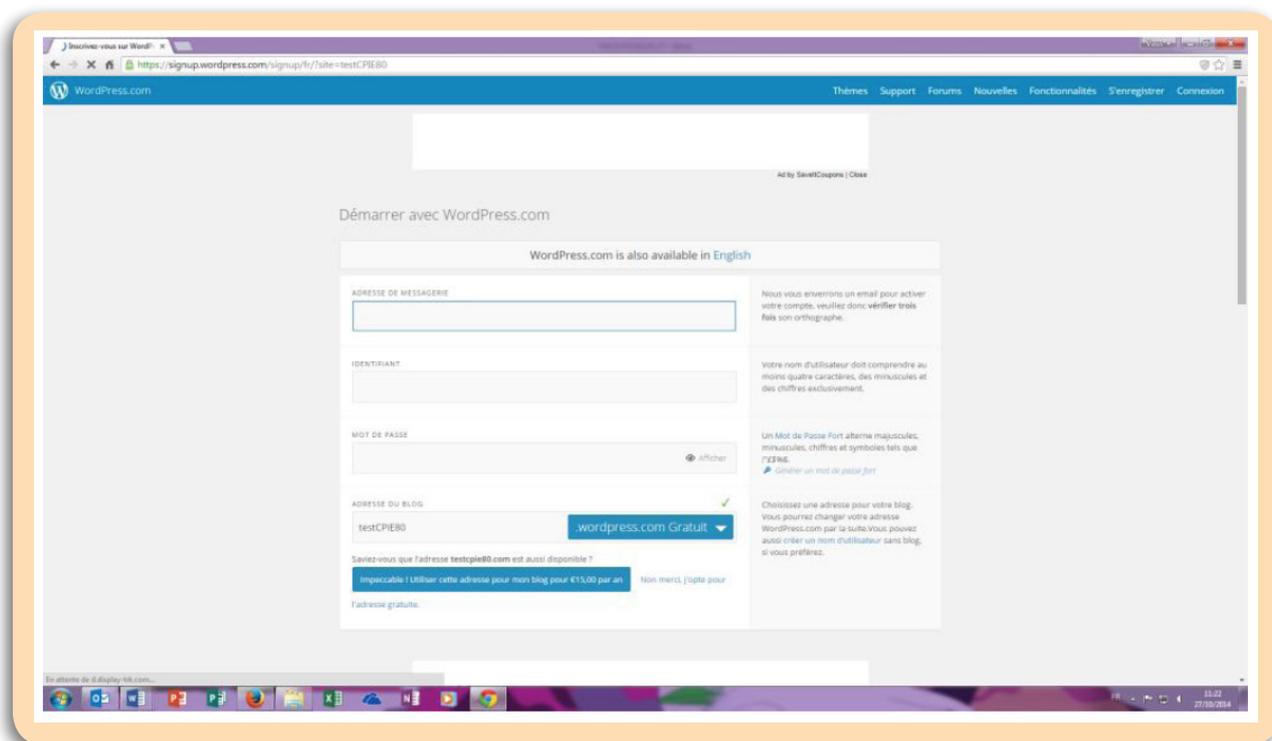
Choisissez le nom du blog.

### Conseil CPIE...

Choisissez un nom court, facile à retenir et à écrire en sachant qu'il se terminera obligatoirement par « .wordpress.com ».

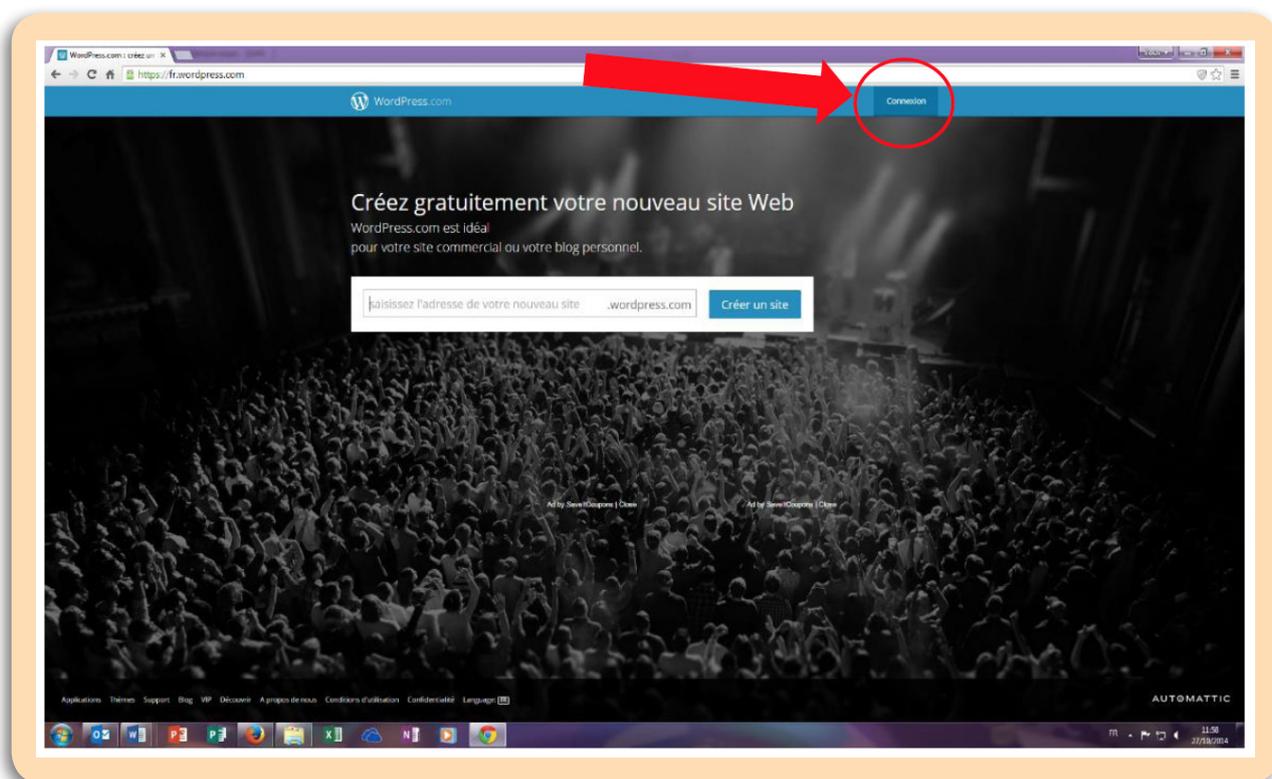
Donnez à votre blog un nom en lien soit avec le projet ou avec votre activité, ou encore le nom de votre structure.

## Votre page d'inscription :

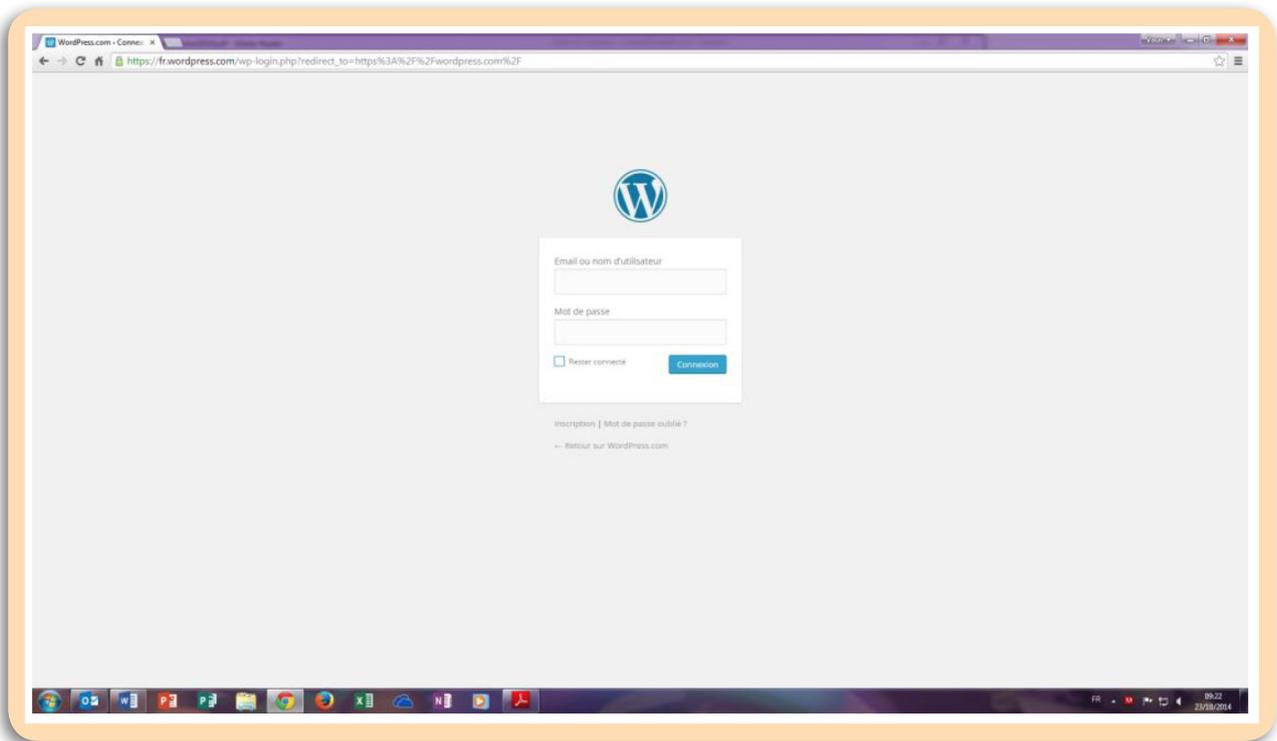


## 4<sup>ème</sup> étape : Paramétrez la plateforme de manière générale

1. Une fois le site créé, accédez à l'interface d'administration de votre site en retournant sur la page d'accueil du site WordPress : <https://fr.wordpress.com> Vous êtes alors redirigé vers la page de connexion :
2. Sur cette page, remplissez les cases identifiant et mot de passe choisis lors de l'inscription :



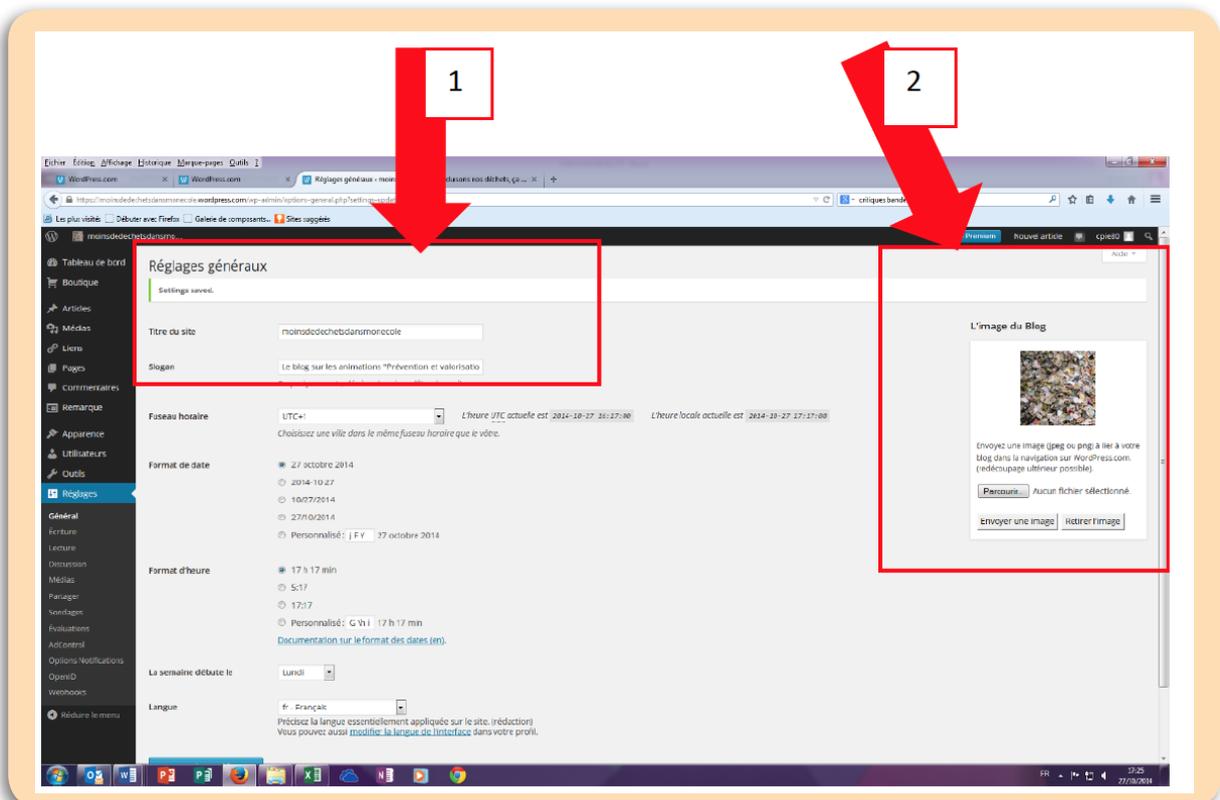
3. Une fois connecté, vous accédez à votre espace général WordPress et vous pouvez procéder aux configurations préalables :



## Votre page « général »

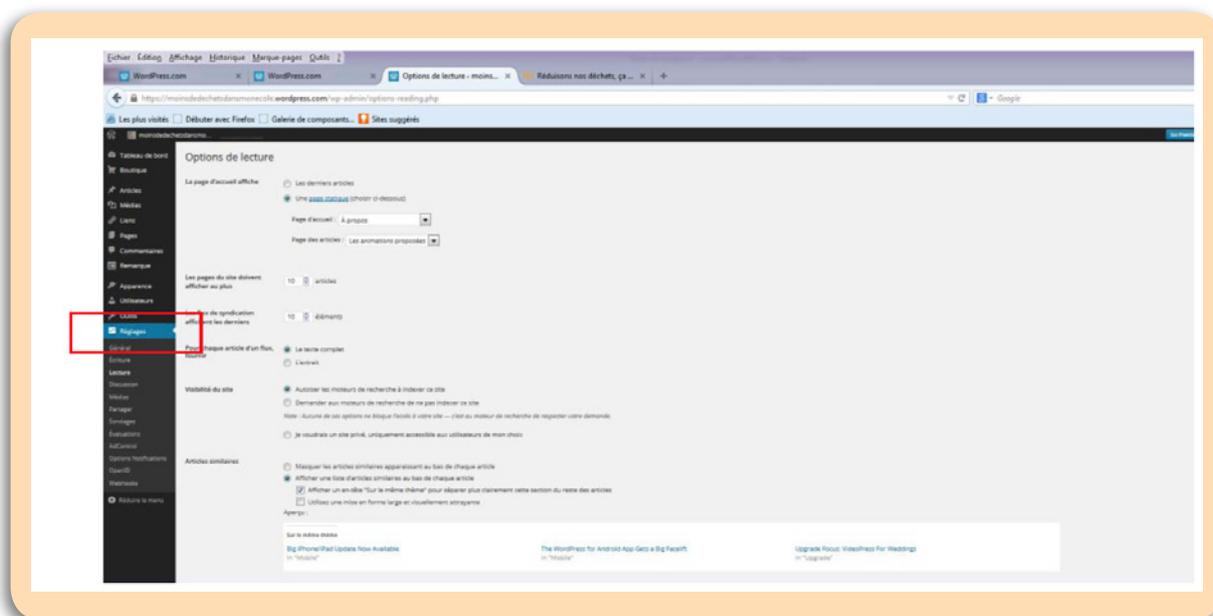
Rendez-vous dans l'onglet « Réglages » où vous trouverez la page « Général ».

- Définissez le titre du site et son slogan (1) qui s'afficheront en haut des pages du site. NB : Le slogan sert à présenter brièvement l'objectif ou le message principal du blog. Il apparaîtra systématiquement à la présentation du blog.
- Sélectionnez une image pour votre blog (2). Elle sera visible sur les moteurs de recherche et dans les commentaires que vous pourrez faire. Cela représente votre avatar.



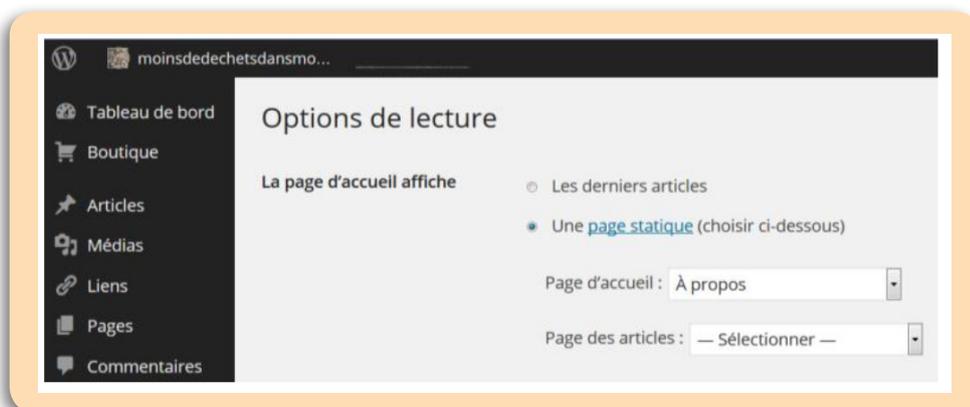
## Votre page « lecture »

Toujours dans l'onglet « Réglages », rendez-vous sur la page « Lecture ».



Cette page permet de définir les règles d'affichage du contenu.

Dans un premier temps, pendant la création de votre blog et avant qu'il y ait beaucoup d'articles, pour l'élément « **la page d'accueil affiche** », vous pouvez sélectionner « **une page statique** », puis « **page d'accueil** » : « **A propos** ».

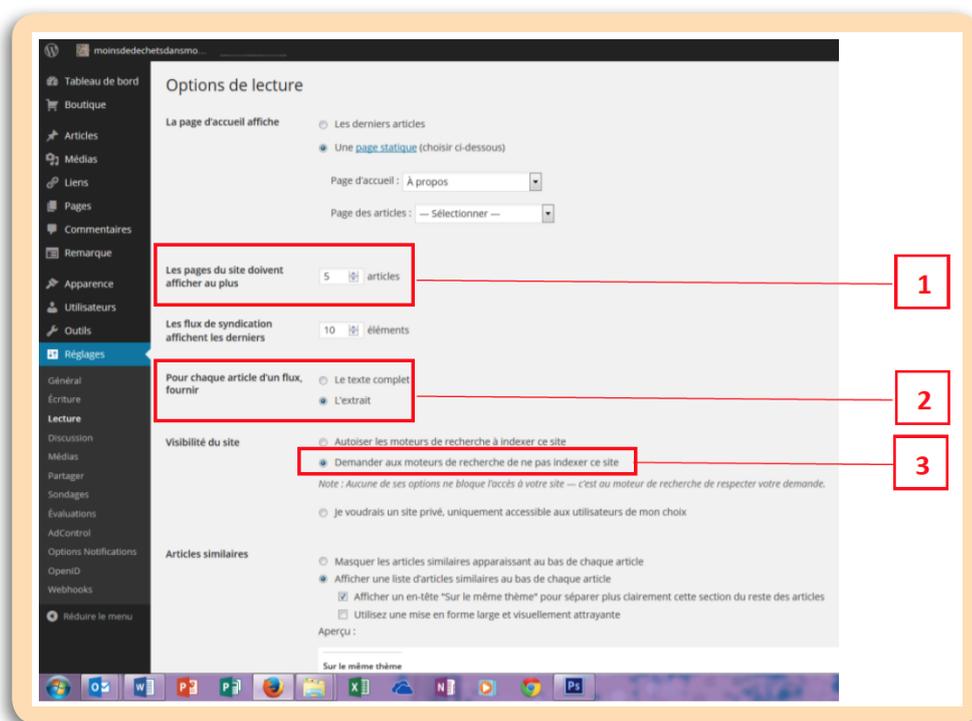


Cela permettra aux visiteurs du blog d'avoir en page d'accueil la présentation de votre structure / projet.

Une fois le blog administré régulièrement, si vous préférez que les derniers articles / actualités soient affichés directement sur la page d'accueil, il faudra sélectionner : « **La page d'accueil affiche** » : « **Les derniers articles** ».



Définissez le champ « les pages du site doivent afficher au plus » 5 articles (cf. point 1 sur l'image ci-dessous).

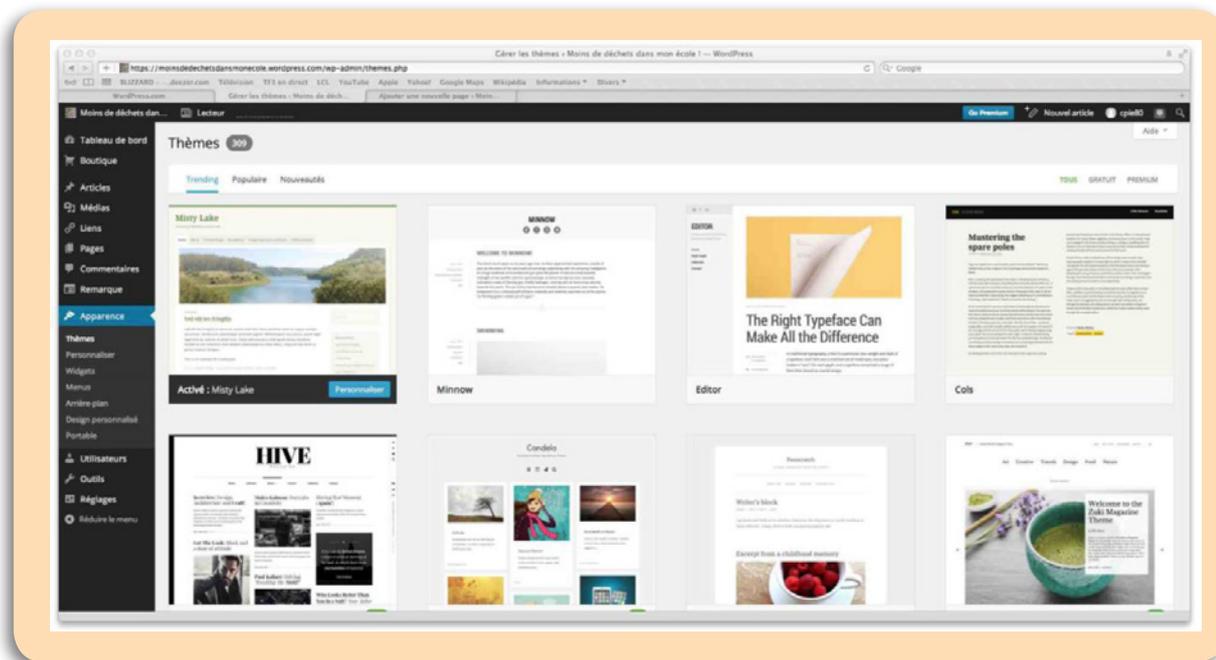


Vérifiez que l'élément « pour chaque article d'un flux, fournir » : « L'extrait » (cf. point 2 sur l'image ci-dessus) soit défini.

**ATTENTION**

Lorsque vous commencez à travailler sur votre site, vérifiez que le bouton « **Demander aux moteurs de recherche de ne pas indexer le site** » est bien coché (cf. point 3 sur l'image ci-dessus). Cela évite que Google référence le site alors qu'il est en construction. En revanche, dès que le site sera en ligne, il faudra décocher cette option.

## Votre page « Thèmes »



Dans Apparence < Thèmes cliquez sur l'onglet Installer des thèmes puis sélectionnez les paramètres en fonction de vos besoins et valider. Une page de choix de thèmes issus de la galerie officielle correspondant à vos critères s'affichera.

Aperçu vous offre la possibilité de voir le rendu du thème sans avoir à l'installer. Si cela vous convient faites Installer puis Installer maintenant. Une fois mis en place, il ne vous reste plus alors qu'à l'activer.

Sachez qu'il est maintenant possible d'installer automatiquement, un thème à partir d'un fichier ZIP. Pour cela, dans l'onglet Installer des thèmes, il vous suffit de cliquer sur le lien Envoyer. Cliquez ensuite sur le bouton Choisissez un fichier, pour sélectionner le fichier zip contenant le thème. Il ne reste plus qu'à cliquer sur Installer afin que l'installation se fasse automatiquement.



## 5<sup>ème</sup> étape : Organisez et rédigez le contenu

### 1. Connectez-vous à WordPress et affichez votre site.

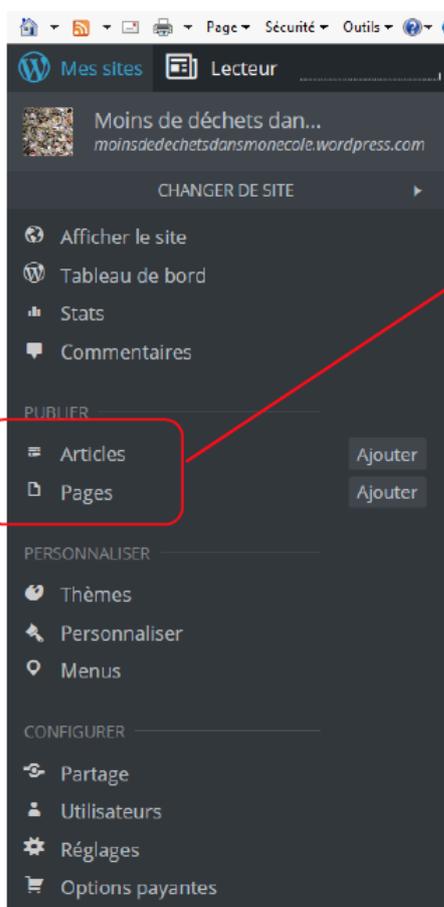
Vous arriverez sur cette page d'accueil :

A screenshot of a web browser displaying a WordPress dashboard. The browser's address bar shows 'Mes sites' and 'Lecteur'. A red circle highlights the 'Mes sites' icon in the top navigation bar. A red arrow points from this icon to a red-bordered text box. The text box contains the instruction: 'Passez simplement sur l'onglet « Mes sites » pour faire apparaître le menu déroulant.' The main content area of the dashboard shows a page titled 'Moins de déchets dans mon école !' with a navigation menu, a featured image of a pond, and a 'À propos' section.

## Conseil CPIE...

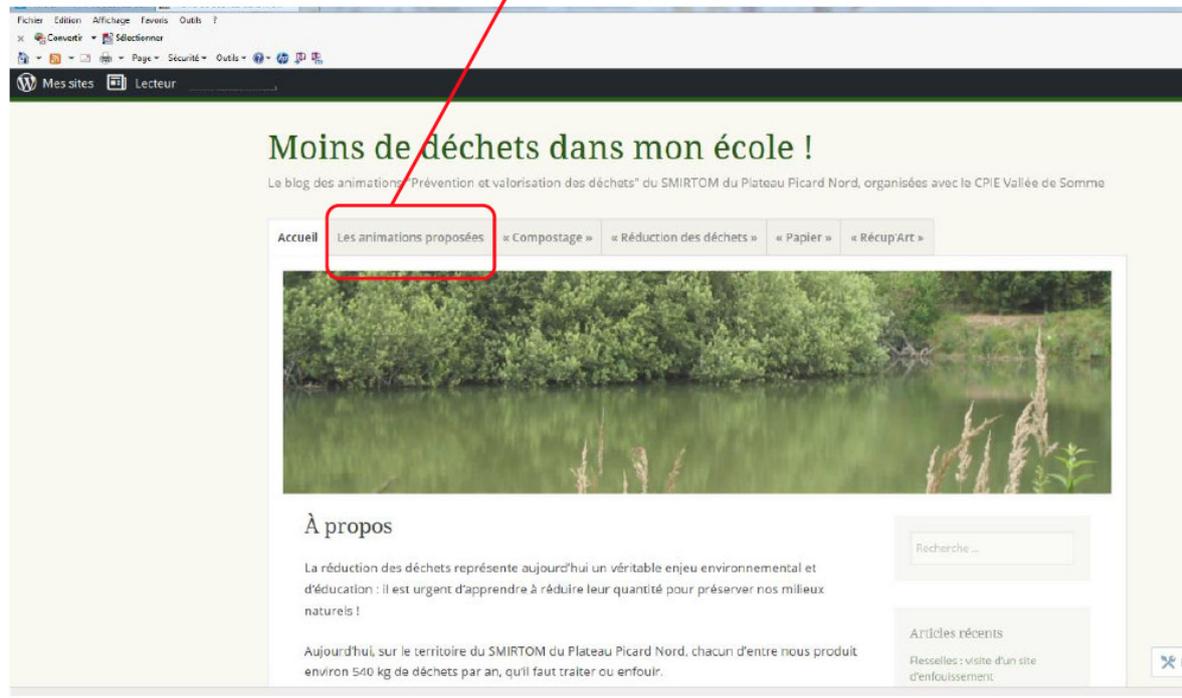
Ne négligez pas le design ! Les plateformes proposent des modèles clefs en main, aussi appelés thèmes, généralement attrayant et cohérent. N'hésitez pas à les utiliser... Votre blog doit être : - Aéré : évitez le texte en « bloc ». Utilisez les titres, sous-titres et paragraphes. - Simple : ne surchargez pas votre blog de gadgets et autres images animés. Soyez clairs ! - Lisible : le texte doit être suffisamment grand et contrasté avec la couleur de fond. Ne descendez pas le corps du texte en dessous de 11. - Léger : les internautes sont impatients, il doit donc s'afficher rapidement. Les images ne doivent pas être trop lourdes à charger. - Compréhensible : utilisez les codes du web. Pour mettre en valeur certains mots, privilégiez le gras aux mots soulignés. En effet, le surlignage est utilisé pour signaler les liens hypertextes. - Cohérent : Soignez l'identité visuelle de votre blog et restez cohérent avec la thématique choisie. Votre blog n'est pas un patchwork de couleurs et de formes disparates.

## 2. Créer votre contenu à l'aide d'articles



- Créez tout d'abord vos pages (comme les onglets d'un site Internet classique)
- Puis rédigez vos articles

## Exemple de page



La plateforme WordPress vous offre aussi la possibilité de créer une bibliothèque de photos via l'onglet « Médias ».

## Faire connaître son blog

### Référencer votre blog

Votre blog est prêt...il faut désormais qu'il soit lu ! D'où l'importance de le rendre visible, et donc de le faire figurer dans les pages de résultat des moteurs de recherche, comme Google (le plus connu) par exemple.

Le référencement des pages se fait automatiquement, sans intervention de votre part, après la publication de vos premiers articles.

Il est important d'être référencé dans les premières pages de résultats. Pour ce faire, inutile de payer car il existe un référencement dit « naturel ».



## **Conseil CPIE... Vérifiez la présence de vos pages !**

Rendez-vous sur un moteur de recherche comme Google et effectuez cette recherche : `site:adresseURLdevotreblog` (ne pas mettre d'espace entre `site :` et votre adresse URL). Si votre blog s'affiche dans la page de résultats c'est qu'il est bien présent dans la base de données Google. Sinon vérifiez dans l'espace d'administration du blog que vous avez bien autorisé son référencement. Pour WordPress, le chemin d'accès est Réglages/Lecture/Visibilité du site/Autoriser les moteurs de recherche à indexer ce site.

Pour améliorer le positionnement de votre blog, vous devez aider les moteurs de recherche à « comprendre » de quoi il traite ; et par extension à connaître le sujet de chacun de ses articles. Sachez que les moteurs de recherche ne s'attachent pas à la forme du blog (bannière, couleur, etc.) mais à son contenu. Pour faciliter le travail des moteurs, vous devez rédiger le maximum de mots-clefs en lien avec votre activité, dans les titres des articles, catégories, liens, etc.

Le titre ne doit pas simplement être « vendeur », il doit être « compréhensible » pour les moteurs de recherche.

Les plateformes invitent les blogueurs à renseigner, dans un formulaire, le titre et la description du blog. N'oubliez pas de compléter ces éléments avec 20 mots-clefs au maximum.

Dès que vous le pouvez faites figurer ces mots-clefs dans vos articles.

Attention : ne les répétez pas abusivement au risque de voir votre place rétrogradée dans le classement.

Veillez surtout à ce qu'il y ait une cohérence entre les mots-clefs du titre, des sous-titres, du texte, des images. Utilisez 4 à 5 mots-clefs et des mots appartenant au même champ lexical de vos mots-clefs.

## **Faites vivre votre blog !**

Il ne faut pas rester silencieux trop longtemps !

Nourrissez votre blog dès que vous le pouvez. Idéalement rédigez des articles toutes les semaines et cela sur le long terme.

Soyez réactif à l'actualité : l'effervescence autour d'une information vous apportera des lecteurs à la recherche de réflexions pertinentes sur le sujet.

N'hésitez pas à proposer aux internautes des jeux et des concours pour les interpeler et favoriser les échanges. Votre blog doit être vivant. Vous pouvez également vous mêler à la conversation de vos visiteurs en postant aussi des commentaires sur votre propre article.

Inutile de spécifier l'importance de répondre aux mails des internautes ! Si le sujet s'y prête, et avec leur accord, rendez public votre échange en publiant un nouvel article.

## Conseil CPIE...

Mesurez votre audience ? C'est possible ! Les plateformes fournissent un outil de statistiques qui rend compte au jour le jour du trafic de votre blog. Dans votre espace de travail, rendez-vous dans la partie Stats du site de l'onglet Tableau de bord. Vous pourrez ainsi avoir une idée plus précise du comportement de vos visiteurs : parcours, provenance, pages populaires, etc.

Maintenant que vous êtes devenu un blogueur accompli et assidu... n'oubliez pas que cette forme de communication ne présente qu'une infime partie des échanges sur Internet. Les réseaux sociaux sont en effet de plus en plus utilisés par les internautes. Il est donc important d'y être présent afin de développer sa communauté et sa popularité, et ainsi d'améliorer le trafic sur son blog.

## Les réseaux sociaux

Selon Antoine Dupin « Les réseaux sociaux sont particulièrement représentatifs de l'internet d'aujourd'hui [...]. Pourtant la notion de réseau social remonte à l'aube de l'Humanité, lorsque nos ancêtres se regroupaient sous forme de tribus ou de groupes et participaient ainsi à la création d'un lien social ». Autant dire que les réseaux sociaux sont une virtualisation de concepts ancrés dans notre instinct primitif.

### Quelques noms

#### Réseaux sociaux généralistes



**FACEBOOK** est le réseau social leader dans le monde. Vous pouvez y retrouver aussi bien des proches que des entreprises. Devenu pour beaucoup d'utilisateurs une porte d'entrée sur le web, Facebook permet de découvrir de nouveaux contenus, de suivre les actualités de vos "amis", de chatter, de partager des photos et des vidéos.



**TWITTER** est le réseau social de microblogging (6,8 millions d'utilisateurs). Il a comme particularité l'envoi de courts messages (les fameux tweets) qui ne doivent pas dépasser 140 caractères. À la différence de Facebook, vous n'avez pas besoin d'envoyer des invitations, chacun suit qui il veut. À l'origine, Twitter est un réseau conçu pour les journalistes.



**GOOGLE+** est un service proposé par Google, à mi-chemin entre Facebook et Twitter. Il permet de communiquer en limitant la visibilité des messages et photos postés à un groupe défini de personnes, grâce aux « cercles ». Des utilisateurs pourront vous suivre sans que vous ayez besoin de les accepter en tant qu'amis au préalable.



**TUMBLR** est une plate-forme de microbloguement qui fonctionne par un système d'abonnements similaire à celui de Twitter : l'utilisateur peut choisir de s'abonner à un tumblelog sans que celui-ci ne le suive nécessairement. Les mises en forme sont

minimalistes et donnent la priorité au visuel. On peut partager des images, des citations, des liens, des extraits de discussion, des contenus audio et vidéo. Le principal problème de Tumblr : il est difficile de déterminer la source d'un contenu car il peut être bloqué et rebloqué sans cesse.



**MEDIUM** est conçu pour les écrivains, les experts et les penseurs qui souhaitent écrire des textes longs (à l'exact opposé de Twitter). C'est une interface belle et simple pour publier des articles ou des histoires que l'on classe ensuite dans des « collections » thématiques que chaque utilisateur peut enrichir.

## Réseaux sociaux professionnels



**LINKEDIN** est un réseau professionnel permettant de valoriser ses compétences et de se connecter avec son réseau : amis, collègues, partenaires, clients. Il est conçu pour construire et développer son réseau professionnel.



**VIIDEO** constitue l'équivalent francophone de LinkedIn. C'est un réseau social professionnel permettant de réseauter, rechercher un emploi ou mettre en valeur ses compétences.

## Réseaux sociaux visuels



**INSTAGRAM** permet de partager ses photos et vidéos. Des applications comme celles-ci encouragent la pratique de la phonéographie (photos prises avec un téléphone portable). Des évolutions permettent aujourd'hui de réaliser des collages photo, des petits montages, des gif animés ou d'apposer des filtres sur ses photos, ... Instagram ne comporte pas de fonctionnalité de partage, contrairement à Facebook (partager) ou Twitter (retweeter). La viralité des contenus est très limitée sur ce réseau.



**PINTEREST** est un réseau social dédié au partage de photos et de vidéos. Il permet à chaque utilisateur d'épingler (pins signifie épingle en anglais) ses photos préférées sur des *boards* (tableaux thématiques).



**FLICKR** permet de stocker et partager ses photos grâce à un système de stockage public et privé. Lorsqu'on charge une image sur le site (upload), on peut choisir qui aura accès à cette image (privé, amis, famille, public). Les droits d'auteur sont protégés par des licences Creative Commons (droits réservés) permettant un usage plus ou moins restreint de chaque photo allant de l'interdiction d'utilisation à la libre utilisation - y compris pour un usage commercial.



**SNAPCHAT** permet de partager des photos et des vidéos (notamment des selfies) avec une durée de visualisation limitée allant de une à dix secondes. Quand le temps est écoulé, les contenus s'auto-détruisent. Les utilisateurs peuvent dessiner sur les images, appliquer des filtres photo, ajouter des masques de réalité augmentée ou des informations (date, heure, lieu, ...). C'est une application très prisée par les adolescents.

## Réseaux sociaux vidéo

**YouTube** héberge des vidéos d'utilisateurs qui peuvent être évaluées, regardées, commentées et partagées par d'autres utilisateurs. Les vidéos et les chaînes YouTube peuvent être visualisées par tous les internautes, mais seules les personnes inscrites peuvent envoyer des vidéos. Celles-ci sont accessibles par catégorie (mots-clés ou tags) et peuvent être importées sur un blog personnel.



**DAILYMOTION** est une entreprise française proposant, sur le site web du même nom, un service d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéo en ligne qui fonctionne sur le même principe que YouTube.



**PERISCOPE** est une application qui permet aux utilisateurs inscrits de diffuser en streaming des vidéos prises n'importe où dans le monde. D'autres utilisateurs (inscrits ou non) peuvent visualiser ces vidéos durant 24 heures et leur attribuer des "coeurs". Les vidéos mises en lignes peuvent être publiques ou simplement destinées à un cercle d'utilisateur restreint.



**VIMEO** est un site communautaire destiné au partage et au visionnage de vidéos faites par les utilisateurs. Vimeo est un anagramme du mot anglais *movie* (film). Au départ, ce site a été lancé par des cinéastes, des vidéastes et des créateurs de vidéos souhaitant partager leurs créations.

## Pourquoi les utiliser ?

Les raisons d'utilisation sont multiples... retenons deux raisons principales dans le cadre de la création d'un blog :

- 1. Développer la notoriété du blog :** les réseaux sociaux ont l'avantage de réunir un grand nombre d'utilisateurs au profil différent. L'objectif est donc d'aller à la rencontre d'un maximum d'internautes pour faire connaître votre blog. L'idée est de faire suivre et partager, à d'autres utilisateurs, vos informations. En effet, un article « partagé » sera relayé au sein de votre communauté mais également vers d'autres réseaux de connaissance. De plus, si vos articles obtiennent de nombreux votes, leurs positionnements seront favorisés dans les pages de résultats des moteurs de recherche.
- 2. Développer votre communauté :** utiliser les réseaux vous permettra de vous faire connaître et de développer votre nombre d'« amis ». Ils permettent d'informer, de dialoguer avec d'autres internautes, voire même de s'entraider ! Cela étant, mieux vaut une communauté qualifiée que quantifiée.



## Quelques conseils à garder en mémoire

- **Avant de vous inscrire sur un réseau social**, lisez bien sa charte. En effet, certains d'entre eux deviennent propriétaire des données que vous y publiez.
- Le paramétrage de votre compte est important. Lorsque vous définissez votre profil, **vérifiez que les données qui relèvent de votre vie privée ne soient pas rendues publiques**. Aussi, pensez à segmenter vos activités : certains échanges sont à partager entre professionnels et d'autres entre amis.
- Envisagez ces réseaux comme des **pratiques complémentaires** au blogging. Il est essentiel que les internautes sachent ce qu'ils vont retrouver s'ils intègrent votre communauté.
- Pour profiter pleinement des bénéfices des réseaux (en termes de visibilité), vos **pages** doivent être aussi **vivantes** que votre blog.



## Développer votre présence sur les réseaux sociaux

Le développement des médias sociaux a modifié nos manières de communiquer. La maîtrise de son image et de sa communication est devenue indispensable. Voici quelques astuces pour développer votre communauté et affiner votre stratégie de « médias sociaux » :

### 1. Ne pas s'éparpiller et se concentrer sur les médias où se trouvent votre public cible

Il existe des dizaines de réseaux sociaux mais seuls certains d'entre eux seront générateurs de croissance pour votre activité. Développez d'abord une stratégie sur les réseaux dominants pour vous construire une image de référence avant de vous attaquer aux sites de moins grande envergure.

### 2. Préférer une présence sincère à une présence « tape à l'œil »

Si votre entreprise est une petite structure (association par exemple), n'essayez pas de ressembler à une multinationale. L'essentiel est de rester juste et proche de votre public en privilégiant une démarche sincère et en collant au plus près aux attentes de vos clients. Votre crédibilité se développera au fur et à mesure du temps.

### 3. Être régulier dans les publications

Il est important pour votre image d'être actif (à minima une fois par semaine) pour conserver l'attention de vos lecteurs. Une activité régulière aura pour autre avantage de séduire d'autres clients. Veillez à ce que votre contenu soit soigné et de qualité.

#### 4. Penser à la publicité sur les réseaux sociaux

Les publicités, notamment sur Facebook, peuvent être mises en place pour quelques euros. Elles ont l'avantage de pouvoir toucher des utilisateurs de façon très ciblée (exemple : cibler les utilisateurs célibataires, sans enfant).

#### 5. Intégrer des outils de partage sur votre blog

Chaque article de votre blog devra être muni de boutons « like » ou « share » afin que vos lecteurs puissent partager le contenu de vos articles sur Facebook ou Twitter. De manière générale, ces boutons sont directement intégrés à la page de publication comme le montre l'image ci-dessous où les outils de partage sont placés entre le titre de l'article et l'image (source : Le Monde - Blog Alternatives).

### Nanoparticules : ces confiseries qui font peur (et celles qu'on peut dévorer sans crainte)

 Like  Tweet  G+  Share



Image : Agir pour l'Environnement

#### 6. Se servir de la communication sur les médias sociaux pour divertir votre public

Évitez les contenus interminables à lire ! Vos lecteurs cherchent des contenus courts et percutants. Ils cherchent un accès simple à l'information. N'hésitez pas à vous inspirer des publicités qui fonctionnent dans le monde : on retient beaucoup mieux ce qui est divertissant.

## 7. Être transparent

Certains internautes peuvent vous poser des questions délicates ou déstabilisantes. Faites face à ces questions en y répondant sincèrement afin d'être crédible. Privilégiez la communication bienveillante car les discussions ont tendance à « s'enflammer » rapidement.

## 8. Votre contenu doit avoir de la valeur

Vos publications doivent apporter de la valeur ajoutée à vos lecteurs. Les internautes sont très sollicités. Si vous souhaitez qu'ils reviennent fréquemment, publiez des contenus pertinents.

## 9. Une augmentation des personnes qui suivent votre activité n'entraînera pas forcément une augmentation du chiffre d'affaires

La communication digitale est un outil qui vous aidera à développer et améliorer les relations que vous entretenez avec votre public. Cela dit, il ne vous permettra pas d'accroître votre chiffre d'affaires dans les mêmes proportions.

# Ressources

## Bibliographie

- Christine BÉCHET (2011). *Créer son blog en 5 minutes*. Éditions Eyrolles, 115 p.
- Laurence BATAIS (2012). *Blogs faciles en quelques clics*. LTA Éditions, 64 p.
- Bernard EBEN (2016). *Créer son blog en moins d'une heure. L'alimenter, l'améliorer, le promouvoir !* Éditions Eyrolles, 316 p.
- Antoine DUPIN et Fabrice EPELBOIN (2010). *Communiquer sur les réseaux sociaux*. Éditions Fyp, 178 p.
- Marc FANELLI (2012). *Guide pratique des réseaux sociaux*. Éditions Dunod, 224 p.
- Til WENGERT (2016). *Réseaux sociaux. Stratégies de Marketing pour Facebook, Twitter, Snap Chat, LinkedIn, et Instagram*. CreateSpace Independent Publishing Platform Éditions, 76 p.

## Webographie :

- **Conseils pour le lancement d'un blog** --> débuter avec Wordpress  
<http://www.tanguy-nicolas.com/10-conseils-lancement-blog-wordpress/>
- **Dix sites pour se former gratuitement à Wordpress** --> débuter avec Wordpress  
<http://www.digitold.com/wordpress-10-sites-pour-se-former-gratuitement/>
- **Formation en ligne gratuite** --> Twitter pour les débutants  
<http://fr.slideshare.net/DianeBourque/formation-twitter-pour-dbutants-3478901>

- **Formation en ligne gratuite** --> Apprendre à maîtriser Facebook  
<http://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/facebook-blueprint-4616/>
- **Formation en ligne gratuite** --> Optimiser l'utilisation de LinkedIn  
<https://www.video2brain.com/fr/formation/decouverte-de-linkedin>
- **Tutoriels gratuits** --> Réseaux sociaux  
<http://fr.tuto.com/reseaux-sociaux/>

