

Animer un compte de l'État sur les réseaux sociaux

En bref

La présence d'un compte de l'État sur les réseaux sociaux requiert plusieurs tâches de gestion au quotidien : veille, animation, modération.

Présentation

- Gérer au quotidien une présence active sur un ou plusieurs réseaux sociaux nécessite de s'y consacrer activement au quotidien. Cela engage une responsabilité par la prise de parole publique au nom d'une entité, et vis-à-vis de l'entité concernant son image de marque.

Étapes de mise en œuvre

- Au quotidien, la gestion d'une présence sur les réseaux sociaux regroupe plusieurs tâches :
 - définition et application d'une ligne éditoriale ;
 - création et/ou agrégation de contenus ;
 - rédaction des publications ;
 - planification et publication des différents contenus ;
 - promotion des publications auprès de partenaires et acteurs de l'État concernés par des sujets similaires ;
 - modération des commentaires (active ou passive) ;
 - gestion des prises de contacts directes avec les audiences (messages, interactions, questions posées...)
 - veille active sur les réactions des audiences hors de vos réseaux sociaux ;
 - veille active sur les nouvelles pratiques, les nouveaux outils et techniques proposés par les plateformes, les tendances de contenus...

Il est impératif de respecter la charte de la marque de l'État afin de garantir une cohésion globale à travers les multiples prises de paroles.

Évoluer sur les réseaux sociaux requiert également d'être à l'écoute des nouvelles tendances et pratiques, et de tester régulièrement des nouveautés sur ses propres réseaux. Votre présence sur les réseaux sociaux doit s'appuyer sur des interactions avec d'autres comptes de l'État, pour relais et amplifications mutuels.

- Charte des réseaux sociaux de l'État.

Docu- ments utiles