



RÉSEAU SOCIAUX

10 BONNES PRATIQUES

pour gérer son compte pro
comme un pro



GRUPE
vyv

SOMMAIRE

1 Je fais attention au partage de mes informations personnelles
Page 6

2 Je saisis l'opportunité d'une prise de parole
Page 8

3 Je veille à ne pas diffuser des contenus confidentiels
Page 9

4 Je fais attention au droit à l'image
Page 10

5 Je respecte la charte du Groupe VYV ou de ma maison
Page 11

6 Je reste courtois et poli
Page 11

7 Je suis efficace dans mon message
Page 12

8 Je prends des photos de bonne qualité
Page 14

9 Je n'hésite pas à partager ou reprendre des informations déjà publiées
Page 16

10 Je donne de la portée à mon message
Page 17



Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux ?

Les réseaux sociaux sont des carrefours d'audience incontournables. Chaque jour, de nombreuses personnes deviennent influentes ou se font influencer par un leader d'opinion ou des experts dans leur domaine.

Dans le monde professionnel, ils sont loin d'être négligeables. Ils permettent à la fois de faire une veille intéressante sur votre secteur mais aussi de renforcer les liens avec vos pairs en suivant leur activité, en rebondissant sur des contenus et en étant, vous-même, vecteur d'informations. L'ensemble de ces actions contribue à la fois à la digitalisation de l'entreprise dans laquelle vous travaillez et à votre « personal branding » : la promotion de votre image et de vos compétences. Si vous vous engagez suffisamment, vous pouvez à la fois développer vos compétences, vous faire remarquer en tant qu'expert dans votre métier, mais aussi être visible par les recruteurs.

Aussi, en tant que collaborateur du Groupe VYV ou d'une de ses maisons, vous pouvez participer aux actions de communication de votre entreprise et relayer les actualités qui vous touchent le plus pour accroître la notoriété du groupe et donner plus de portée à ces nouvelles.



TWITTER

Twitter est un puissant outil de veille. Véritable fil d'actualité en continu, il permet de suivre les influenceurs sur votre secteur d'activité. Ce qui fait sa particularité, c'est la possibilité de surfer sur l'actualité dite « chaude ». Twitter a été conçu pour relayer un maximum de contenus par jour mais avec un nombre de caractères limité (280).

Les objectifs de Twitter :

- › **obtenir de l'information** chaude sur son secteur rapidement ;
- › **montrer son expertise métier** en réagissant sur les sujets que vous suivez ;
- › **accroître la visibilité et l'influence de son entreprise.**



LINKEDIN

LinkedIn est un réseau social d'entreprise destiné à un usage exclusivement professionnel. Cette plateforme permet la mise en ligne de contenus en corrélation avec son activité afin de créer du personal branding et de gérer sa réputation en ligne.

Ses objectifs sont multiples :

- › **promouvoir son identité** professionnelle ;
- › **développer son réseau** professionnel ;
- › **rester informé et partager** son expertise.

1

Je fais attention au partage de mes informations personnelles

Lors de votre inscription, vous n'êtes pas obligé de remplir tous les champs. Ne renseignez que les informations réellement utiles pour la création de votre compte.



SUR TWITTER

- › Si vous le souhaitez, ajoutez votre poste dans votre biographie et indiquez que vous travaillez dans une structure du Groupe VYV en la mentionnant.
- › N'hésitez pas à ajouter des hashtags liés à vos domaines d'expertise ou à des sujets que vous traitez (ex : #SportSanté #Imprevoyance #Aidants...) pour être sûr que vous soyez identifié en tant qu'expert et que votre message gagne en portée.



PHOTO DE PROFIL PROFESSIONNELLE

BANNIÈRE DE L'ENTREPRISE DANS LAQUELLE VOUS TRAVAILLEZ

LE LIEU PEUT ÊTRE INTÉRESSANT SI VOUS COUVREZ DES SUJETS LOCAUX

LE LIEN PEUT ENVOYER VERS UN SITE OU PROFIL QUI EST LIÉ À VOUS

BIOGRAPHIE SIMPLE ET EFFICACE AVEC DES HASHTAGS QUI ÉVOQUENT VOS SUJETS ET UNE MENTION DES COMPTES ASSOCIÉS À VOUS

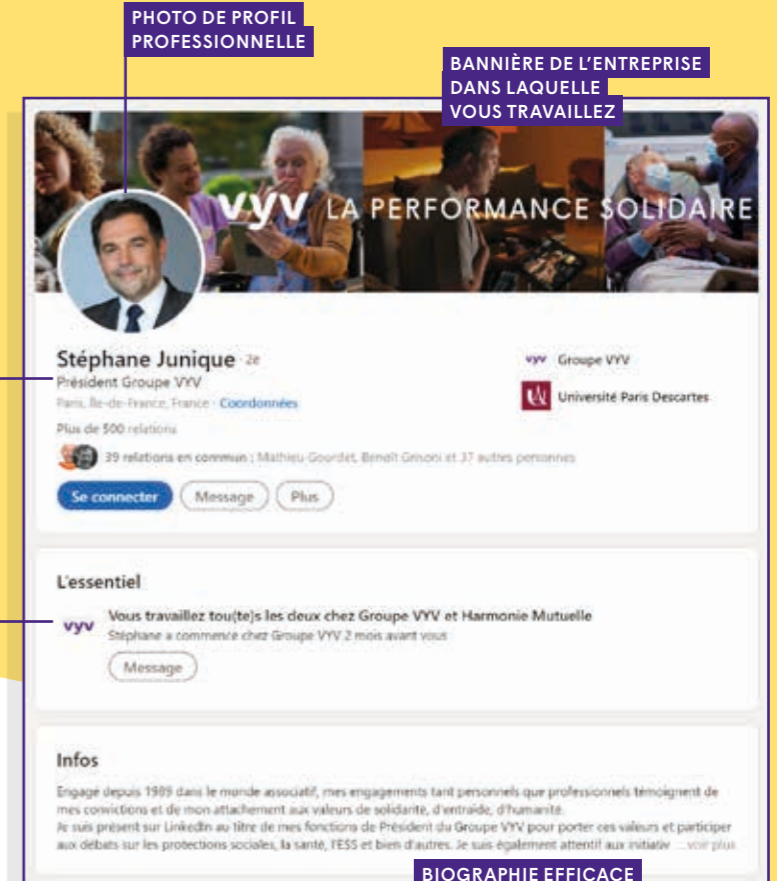


PHOTO DE PROFIL PROFESSIONNELLE

BANNIÈRE DE L'ENTREPRISE DANS LAQUELLE VOUS TRAVAILLEZ

INDIQUEZ VOTRE FONCTION POUR ATTIRER DES PERSONNES INTÉRESSANTES POUR VOTRE RÉSEAU

INDIQUEZ VOTRE EMPLOYEUR POUR ÊTRE FACILEMENT REPÉRÉ COMME COLLABORATEUR

BIOGRAPHIE EFFICACE SUR LE POURQUOI DE VOTRE PRÉSENCE SUR LINKEDIN ET VOTRE PROFESSION



SUR LINKEDIN

- › Indiquez votre poste et l'entreprise pour laquelle vous travaillez. Nous vous conseillons aussi d'indiquer quelques missions dont vous êtes en charge dans le descriptif.



Si vous le souhaitez, vous pouvez utiliser les bandeaux officiels chartés aux couleurs du Groupe VYV ou de votre maison en photo de couverture.

2

Je saisis l'opportunité d'une prise de parole

Imaginons que vous travaillez sur le sujet de l'aide. Vous assistez à une conférence qui en parle ? Profitez-en pour partager ce que vous apprenez.

- Si vous voyez un article sur le sujet dans votre veille, partagez-le, apportez votre analyse ou indiquez ce que vous faites sur le sujet pour être repéré en tant que professionnel du sujet.
- Chaque prise de parole compte et vous donne de la crédibilité dans votre domaine d'expertise.



EXEMPLE DE RÉACTION
À UN TWEET SUR UN SUJET
QUE VOUS COUVREZ
(ICI L'AIDANCE)

3

Je veille à ne pas diffuser des contenus confidentiels

Les réseaux sociaux sont des espaces publics, il ne faut donc jamais publier une information interne ou confidentielle.

- Si vous postez une photo lors d'un événement, pensez à vérifier qu'aucun élément confidentiel n'est visible. Si vous n'êtes pas sûr de la confidentialité d'une information, pensez à regarder notre site internet pour voir si celle-ci est publique.
- Lors d'une conférence ou d'une réunion, si vous voyez un pictogramme ou l'information « Confidentiel », ne postez surtout pas de photo des contenus projetés. Cela pourrait avoir de lourdes conséquences pour l'entreprise.



4

Je fais attention au droit à l'image

Si vous prenez une photo pendant une conférence ou une impression d'écran pendant une réunion Teams, pensez à demander l'autorisation de diffusion aux personnes présentes sur l'image avant de la partager. Pour rappel, la loi indique :

“

Le droit à l'image permet d'autoriser ou de refuser la reproduction et la diffusion publique de votre image.

Toutefois, le droit à l'image est limité par le droit à l'information (dans le cadre d'un événement d'actualité, lorsque le public a un intérêt légitime à être informé).

Vous pouvez demander le retrait d'une image au responsable de sa diffusion.

En cas de refus, vous pouvez saisir le juge. Vous pouvez porter plainte en cas d'atteinte à votre vie privée. ”

Source : www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32103

ÊTES-VOUS SÛR QUE LES PERSONNES PRÉSENTES DANS VOTRE RÉUNION SOUHAITENT ÊTRE VISIBLES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ? AVANT DE POSTER UNE IMAGE, PENSEZ DEMANDER LEUR AUTORISATION.

5

Je respecte la charte du Groupe VYV ou de ma maison

Attention ! L'utilisation du logo ou de tout élément de la marque se rattache à une charte graphique.

Ne dénaturez pas les contenus officiels. Si vous souhaitez communiquer sur un sujet précis, renseignez-vous sur les visuels disponibles sur votre médiathèque, ou encore sur le site du Groupe VYV ou de votre maison.

6

Je reste courtois et poli

Gardez en tête que vous êtes sur des réseaux professionnels. Nous vous conseillons de ne pas régler vos conflits sur la voie publique.

- › Si vous êtes pris à parti en tant que salarié du Groupe VYV ou si vous êtes touché par un bad buzz lié à vos activités professionnelles, **n'hésitez pas à demander de l'aide auprès de votre direction de la communication.**
- › De façon générale, **ne répondez pas aux commentaires volontairement négatifs** et ne vous impliquez pas dans les polémiques, même pour défendre le Groupe VYV ou votre maison.



7

Je suis efficace dans mon message

Ne vous étalez pas sur plusieurs thèmes.

Pour chaque publication, **pensez au message principal** que vous voulez faire passer et restez dessus. Les deux premières phrases sont importantes, soignez-les. Il ne faut pas hésiter à préciser vos interventions sur les réseaux sociaux.

« Qui, quoi, où, quand, pourquoi ? »

Pensez à donner le maximum d'informations et à utiliser **le hashtag d'un événement ou d'une thématique** s'il existe.

in
DANS CE POST, L'INTERVENANTE DONNE TOUTES LES INFORMATIONS NÉCESSAIRES POUR SUIVRE L'ÉVÈNEMENT (DATE, LIEN D'INSCRIPTION, INTERVENANT, SUJET...)

Candice Van Lancker • 2e
Directrice Programmie Ethique & Numérique chez Groupe VYV
1 an

Ecrans tous accros...pour le pire et le meilleur ? J'aurai le plaisir d'intervenir à cette conférence organisée par la **MGEN** le 14 avril prochain ! N'hésitez pas à vous inscrire :) **Groupe VYV** Jennifer ELBAZ Carina CHATAIN Gaëlle de Montoussé Arkham Studio - Agence de Gamification Céline Manesse mahiedine ouali Infhotep GENERATION NUMERIQUE Philippe AJUELOS

Jocelyne Coustau • 2e
Accompagnement de cadres dans l'élaboration de leurs projets professionnels.
1 an

C'est une évidence, ils s'étaient déjà immiscés dans nos vies, aujourd'hui ils sont partout : télétravail, enseignement à distance, visioconférences, jeux, sociabilité connectée... Oui, les écrans sont devenus la norme pour le meilleur mais aussi pour le pire...
Éclairages, clés de compréhension, comment mieux maîtriser nos usages numériques ? Une web conférence avec des experts du numérique, de la santé et de l'éducation.
Consultez le programme <https://lnkd.in/dtNgtfu>
Inscrivez-vous https://lnkd.in/d6_S9VE

Ecrans, tous accros... Pour le pire et pour le meilleur ?
Le point de vue d'experts sur les usages, les risques et les opportunités des écrans.

[Inscrivez-vous](#)
[Découvrez le programme](#)

Webconférence
14 avril 2021
14h00 - 16h30
En direct depuis le Grand Théâtre de Provence Aix-en-Provence

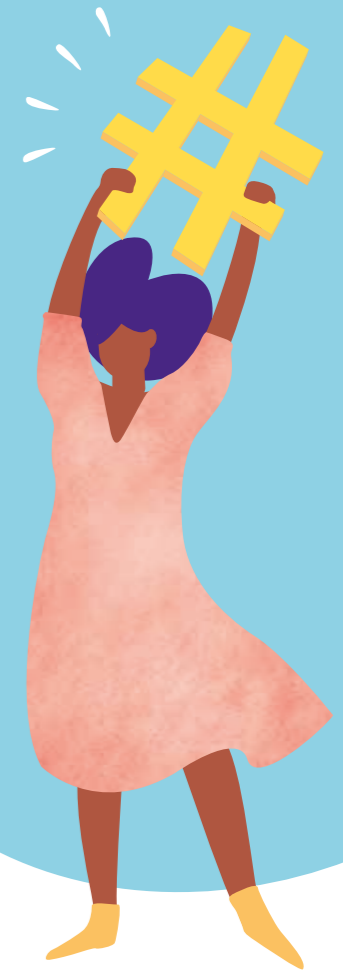


DANS CE TWEET, LE HASHTAG DE L'ÉVÈNEMENT A ÉTÉ PLACÉ EN DÉBUT DE TWEET POUR BIEN PRÉCISER LE CONTEXTE DU TWEET ET LE LIER À L'ÉVÈNEMENT.

Les Echos Le Parisien Événements
@EchosParisien_E

#imprevoyance21 | Catherine Touvrey, directrice générale @hmutuelle / @Groupe_VYV retient 5 termes clés pour continuer à réfléchir et dialoguer :

- Confiance
- Universalité
- Responsabilité
- Prévention
- Social



8

Je prends des photos de bonne qualité

Un post avec une photo ou une vidéo génère un engagement plus important sur vos publications, c'est d'autant plus le cas quand l'image est de qualité et porte à elle seule une information.

- › Est-ce que le sujet de votre message est bien représenté et compréhensible ? Lorsque vous partagez une photo, pensez à **sa composition et son esthétisme**.
- › Si vous utilisez l'appareil photo de votre téléphone portable, **évitiez d'utiliser le zoom** qui peut altérer la qualité de la photo.
- › À la lumière du jour, la qualité photo est nettement meilleure : **privilégiez la lumière naturelle** pour donner un aspect chaleureux aux photos et évitez d'utiliser le flash. Cette fonction est à utiliser uniquement dans les situations où il y a un grand manque de luminosité.



SUR UN SALON, PRÉFÉREZ POSTER UNE PHOTO D'UN STAND AVEC DU MONDE PLUTÔT QUE VIDE. MÊME EN DEHORS DES SALONS, FAVORISEZ LA PRÉSENCE HUMAINE POUR INCARNER LA PROXIMITÉ ET DONNER PLUS DE VIE À VOTRE IMAGE.



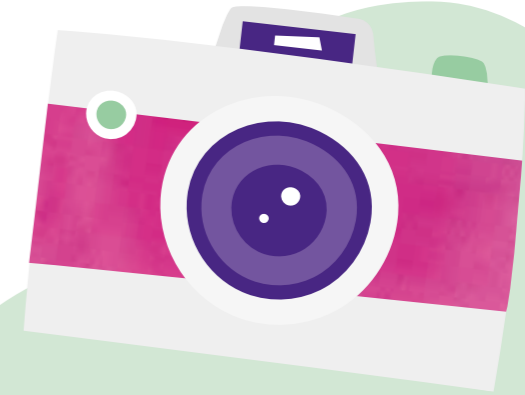
POUR ANNONCER LA PRÉPARATION DU STAND



LA PHOTO MONTRE UNE ACTION QUI, ACCOMPAGNÉE D'UN TEXTE, DONNERA DU POIDS AU POST



LE PLAN LARGE MONTRE L'ENSEMBLE DE LA SCÈNE ET IDENTIFIE LE CONTEXTE DE LA PRISE DE PAROLE



9

Je n'hésite pas à partager ou reprendre des informations déjà publiées

... sur les comptes officiels du Groupe VYV, afin de nourrir mes réseaux sociaux.

Si vous partagez une publication d'un autre compte, **ajoutez un commentaire** : une remarque, un ressenti, une précision sur l'événement, le lien entre le Groupe VYV et ses maisons...

Si vous êtes abonné à d'autres comptes de collaborateurs, n'hésitez pas à réagir à leurs publications pour créer du dialogue ! Sur LinkedIn, privilégiez les commentaires aux réactions (like, partage...) : la visibilité d'un post est accrue si les commentaires sont nombreux puisque toutes les personnes ayant réagi au post vont recevoir en notification votre commentaire.

1 commentaire vaut mieux que 100 j'aime.

POUR NOUS SUIVRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, RENDEZ-VOUS SUR CES LIENS :



Groupe VYV



MGEN



Harmonie Mutuelle



MNT



Groupe Arcade-VYV



in

Groupe VYV



MGEN



VYV³



Harmonie Mutuelle



MNT



Groupe Arcade-VYV



10

Je donne de la portée à mon message

Parfois, vous savez que certains messages peuvent intéresser des personnes en particulier. N'hésitez pas à taguer ces personnes ! Elles seront ainsi notifiées au moment où vous posterez votre contenu.

Pensez à ajouter des hashtags qui correspondent au sujet évoqué (ex : #SportSanté, #aidants) pour être repéré par des gens qui ne sont pas abonnés à votre compte.

La première heure de publication de votre contenu est cruciale pour sa portée. N'hésitez pas à suggérer à vos amis ou collègues de mettre un like ou un commentaire sur votre publication pour que celle-ci gagne en visibilité.



ICI, L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES SONT CITÉS. ILS REÇOIVENT UNE NOTIFICATION ET PRENNENT DONC CONNAISSANCE DU CONTENU. CELA AUGMENTE LA POSSIBILITÉ QU'ILS GÉNÈRENT UN LIKE, UN COMMENTAIRE ET/OU UN PARTAGE.





Tweet

MNT @mutuelleMNT

Dans le cadre de la #RéformePSC, nous avons interrogé 301 décideurs de #CollTerr sur la participation financière, les motivations, les bénéfices... Les résultats du baromètre mené par @lfopOpinion collectivites.mnt.fr/actualite/baro...

Des motivations des décideurs qui évoluent

92% estiment que cette contribution à l'amélioration des conditions de travail et à la SANTÉ DES AGENTS

80% estiment que la participation améliore L'ATTRACTIVITÉ DE LA COLLECTIVITÉ

68% estiment que cette contribution à la MOTIVATION DES AGENTS

2:57 PM - 23 mars 2022 - Twitter Web App

3 Retweets 1 Citer le Tweet 5 J'aime

EN PLUS DE MENTIONNER DES COMPTES LIÉS À LA STRUCTURE, L'UTILISATION DES HASHTAGS #RÉFORMEPSC ET #COLLTER VA PERMETTRE DE DONNER UNE VISIBILITÉ PLUS FORTE AU TWEET EN TOUCHANT L'ENSEMBLE DES GENS QUI SUIVENT CES HASHTAGS

Tweet

Romane Dupont @dup_romane

@Groupe_VYV innove dans la santé des territoires ! Impatiente de voir ce que va donner l'ASSIST !

⊗ ATTENTION SUR TWITTER, SI VOUS MENTIONNEZ UN COMPTE EN DÉBUT DE TWEET, SEULE LA PERSONNE MENTIONNÉE VERRA LE TWEET

Romane Dupont @dup_romane

.@Groupe_VYV innove dans la santé des territoires ! Impatiente de voir ce que va donner l'ASSIST !

✓ IL FAUT SOIT METTRE UN POINT DEVANT LE COMPTE...

Romane Dupont @dup_romane

Innovation dans la santé des territoires avec le @Groupe_VYV Impatiente de voir ce que va donner l'ASSIST !

✓ ... SOIT REVOIR LA FORMULATION POUR NE PAS COMMENCER PAR LA MENTION DU COMPTE

LE LEXIQUE DES RÉSEAUX SOCIAUX

COMMUNITY MANAGER

C'est une personne chargée de publier du contenu et d'interagir avec les utilisateurs sur les réseaux sociaux pour une entreprise.

HASHTAG

C'est un mot-clé qui regroupe un ou plusieurs mots précédés du symbole #. Il est utilisé sur les réseaux sociaux pour classer le post dans un sujet ou rechercher un contenu sur un thème précis.

BUZZ

Retentissement médiatique d'un message grâce aux relais d'influenceurs, de journalistes ou encore du grand public. Un buzz peut être recherché mais il est peu maîtrisable.

BAD BUZZ

C'est un buzz négatif, c'est-à-dire un phénomène de bouche à oreille négatif qui prend en général de l'ampleur via la diffusion de l'information sur les réseaux sociaux.

E-RÉPUTATION

L'e-réputation est l'image d'une marque ou d'une personne sur le web et les réseaux sociaux.

MESSAGE PRIVÉ, MP, DIRECT MESSAGE OU DM

C'est un peu l'email des réseaux sociaux. Il est visible dans la messagerie du réseau et n'est visible que par les personnes présentes dans la conversation. Attention, ce que vous dites peut tout de même être rendu public si une personne fait une capture d'écran pour partager le message !

PROFIL

C'est la page qui vous représente et regroupe toutes vos publications sur les réseaux sociaux.

LIKE

Bouton permettant d'aimer une publication.

TAGUER, IDENTIFIER, MENTIONNER

En utilisant @ et votre nom d'utilisateur, une personne peut vous relier à une publication.

POST

Cela représente le contenu que vous postez. Il s'agit de votre publication ou message destiné à votre communauté.

TWEET

Nom d'un post sur Twitter.

TWEETER

Publier un tweet.

RETWEETER

Repartager un tweet d'une autre personne sur son profil.

FOLLOWERS

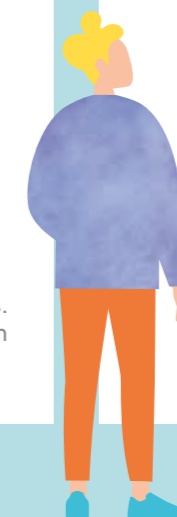
Cela signifie « abonnés » en français. C'est le nombre d'inscrits qui suivent un compte.

IRL

« In real life » ou « dans la vie réelle » en français. Ce terme est utilisé lorsque l'on parle d'un événement qui s'est passé en dehors du digital.

TROLL

Sur les réseaux sociaux, cela représente une personne qui vient interagir sur un sujet dans le but de ridiculiser une personne ou créer une polémique en détournant un élément d'un post ou un événement passé.





www.groupe-vyv.fr

GUIDE RÉSERVÉ À UN USAGE INTERNE

