



RÉSEAU SOCIAUX

10 BONNES PRATIQUES

pour gérer son compte pro
comme un pro



GRUPE
vyv

POUR UNE SANTÉ
ACCESSIBLE À TOUS

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

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

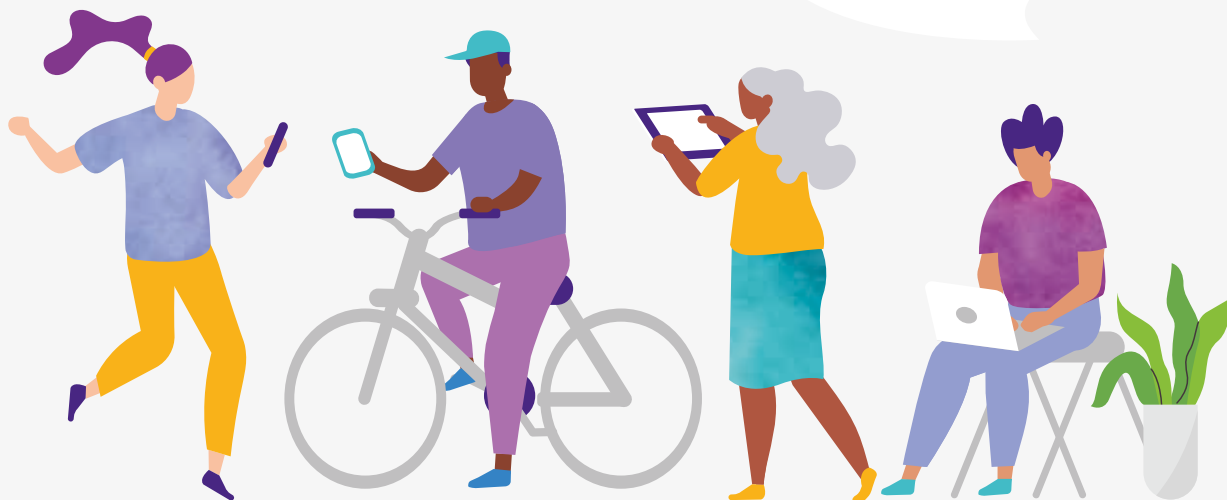
Page 16

8 Je prends
des photos
de bonne qualité

Page 14

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 « personnel 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.



X (ANCIENNEMENT TWITTER)

X 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 ». X a été conçu pour relayer un maximum de contenus par jour mais avec un nombre de caractères limité (280).

Les objectifs de X :

- **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 X (ANCIENNEMENT 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



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

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'aïdance. 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 X SUR UN SUJET
QUE VOUS COUVREZ
(ICI L'AIDANCE)

Je veille à ne pas diffuser des contenus confidentiels

3

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.

Je respecte la charte du Groupe VYV ou de ma maison

5

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.

Je reste courtois et poli

6

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.



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/39 •

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/39 •

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/d/tNgtfu>
Inscrivez-vous https://lnkd.in/d/6_S9VE

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

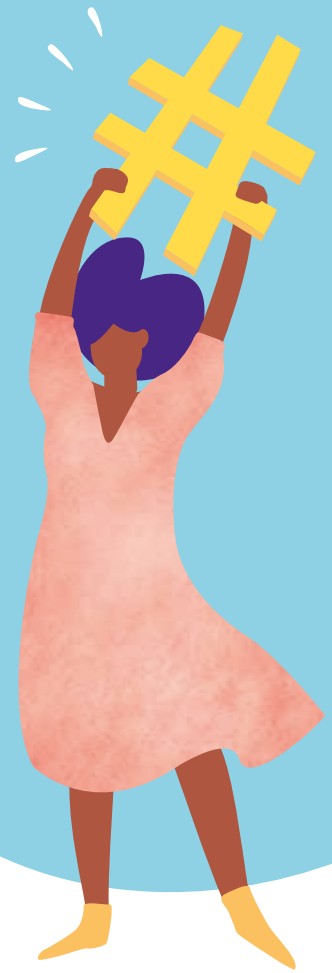
> Inscrivez-vous
> Découvrez le programme

Webconférence
14 avril 2021
14h00 - 16h30

En direct depuis le
Grand Théâtre de Provence
Aix-en-Provence



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



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.

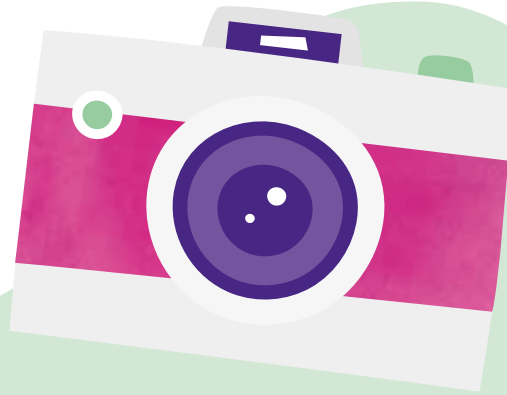


SUR UN SALON, PRÉFÉREZ POSTER UNE PHOTO D'UN STAND AVEC DU MONDE PLUTÔT QUE VIDE. MÊME EN DEHORS DES SALONS, FAVORISEZ LA PRÉSENCE HUMAINE POUR INCARNER LA PROXIMITÉ ET DONNER PLUS DE VIE À VOTRE IMAGE.



POUR ANNONCER LA PRÉPARATION DU STAND





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



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



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



Groupe VYV



MGEN



VYV³



Harmonie Mutuelle



MNT



Groupe Arcade-VYV



Je donne de la portée à mon message

10

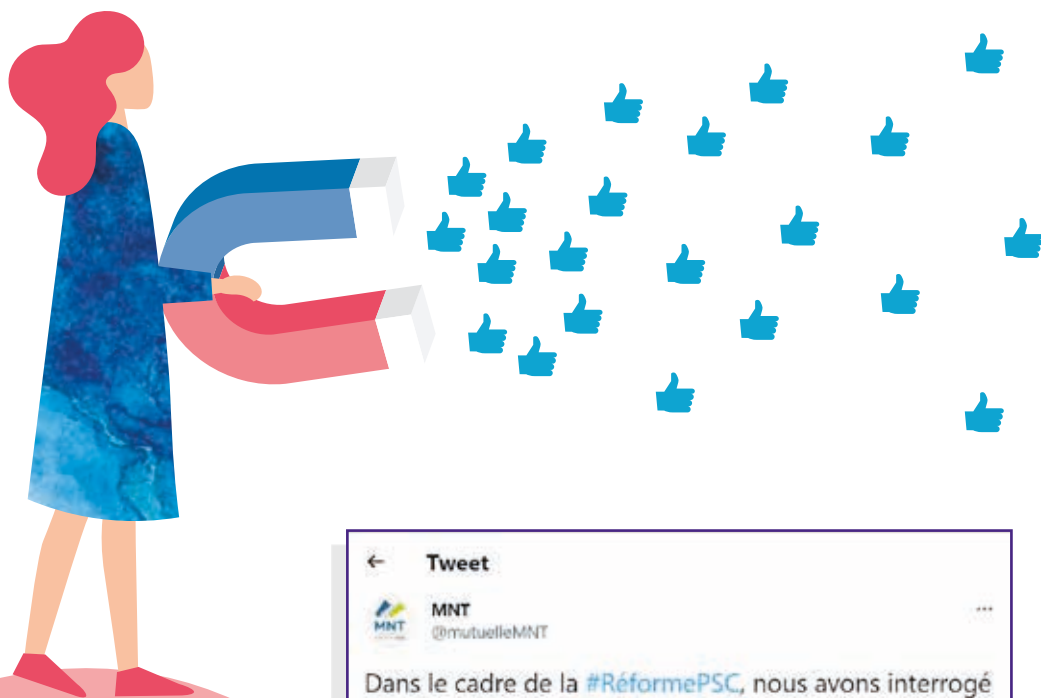
Parfois, vous savez que certains messages peuvent intéresser des personnes en particulier. N'hésitez pas à taguer ces personnes! Elles seront ainsi notifiées au moment où vous posterez votre contenu.

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.



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 POST EN TOUCHANT
L'ENSEMBLE DES GENS
QUI SUIVENT CES HASHTAGS

← 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...

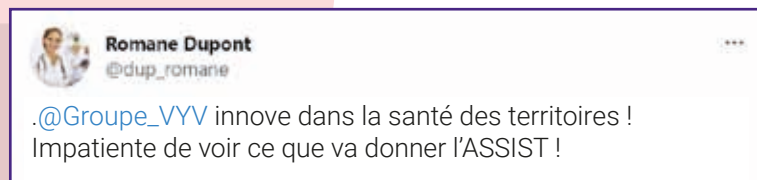
Des motivations des décideurs qui évoluent

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

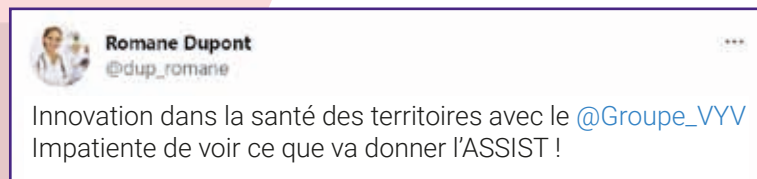
3 Retweets 1 Citer le Tweet 5 J'aime



ATTENTION
SUR X, SI VOUS
MENTIONNEZ UN COMPTE
EN DÉBUT DE POST,
SEULE LA PERSONNE
MENTIONNÉE VERRA
LE POST



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



... 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.

X (ANCIENNEMENT TWEET)

Nom d'un post sur X (anciennement Twitter).

PARTAGE

Publier un X.

REPOST (ANCIENNEMENT RETWEET)

Repartager un X 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.



NOTES



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for taking notes.



www.groupe-vyv.fr

GUIDE RÉSERVÉ À UN USAGE INTERNE

