



Livre Blanc

Les réseaux sociaux : le meilleur moyen de communiquer avec les employés

en partenariat avec l'agence LES CONTEURS

Parce qu'une bonne communication avec les employés est la clé du succès, il est essentiel de mettre en place en interne des outils pour faciliter vos échanges. Ces outils, vous les connaissez et les utilisez déjà : ce sont les réseaux sociaux !

Appliqués à votre entreprise, ils peuvent vous aider à faire passer plus facilement les messages auprès de vos collaborateurs tout en les fédérant autour d'un projet commun.

Faites la promotion des Chèques-Vacances, partagez des informations ou mettez vos employés en avant... En partenariat avec l'agence de marketing Les Conteurs, nous vous avons listé les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux pour booster votre stratégie de communication interne.



Sommaire

I. 3 raisons d'utiliser les réseaux sociaux

- **1. Un véritable atout dans la gestion de l'entreprise**
- **2. Les chiffres à l'appui !**
- **3. À la portée de tous !**

II. Quels messages partager ?

- **1. Tenez vos employés au courant !**
- **2. Quel réseau pour quel message ?**

III. Notre kit pour maîtriser les réseaux sociaux

- **1. Le bon compte fait les bons messages**
- **2. Choisir le bon format**
- **3. Écrire un message impactant**

IV. 4 outils pour vous aider à poster

- **1. Canva : Créez vos propres visuels**
- **2. Mojo : Devenez réalisateurs de stories Instagram**
- **3. Cordial : Écrivez sans aucune faute**
- **4. Facebook Creator Studio : Programmez tous vos posts**

V. 5 idées de posts à réutiliser dans votre entreprise

VI. Notre lexique pour tout comprendre des réseaux sociaux

I

3 raisons d'utiliser les réseaux sociaux



Vous aimeriez trouver un moyen de communiquer facilement avec tous vos employés ? Ne cherchez plus, les réseaux sociaux sont faits pour ça ! En créant un compte pour votre CSE, votre communication interne va décoller ! On vous explique comment.

1. Un véritable atout dans la gestion de l'entreprise

Toucher tous vos employés

Aujourd’hui, 3 utilisateurs d’Internet français sur 4 utilisent Facebook et parmi ces personnes connectées : vos employés. Ils s’y divertissent, s’y informent et gardent contact avec leurs proches.

- *Créer un compte pour communiquer avec eux, c'est donc avant tout s'adapter à leur quotidien. Les réseaux sociaux sont l'un de leurs moyens de prédilection pour communiquer et chercher des informations. En y étant présent, vous assurez la visibilité de vos messages !*

Fédérer au sein de l’entreprise

Sur leurs réseaux sociaux comme dans leur vie, vos employés ont besoin de sentir qu’ils appartiennent à une communauté. C’est pour cette raison qu’ils rejoignent des groupes Facebook, qu’ils suivent des comptes Instagram ou Twitter en fonction de leurs goûts, leurs hobbies et leur mode de vie.

- *En leur proposant de rejoindre un groupe d’entreprise, vous leur offrez la possibilité de se sentir rattaché à une communauté : celle de leur entreprise. Ici, ils partagent des intérêts communs avec les autres membres et peuvent échanger à propos de sujets qui les intéressent et les concernent tous.*

Vos messages deviennent plus visibles

Que votre message soit purement informatif ou qu’il ait pour but de promouvoir le bon esprit au sein de votre entreprise, le partager sur les réseaux sociaux ne le rendra que plus visible ! Peu importe le compte sur lequel vous le publiez, il pourra être partagé à des personnes extérieures à votre entreprise, commenté par les employés et apparaîtra dans le fil d’actualités de toutes celles et ceux qui suivent vos comptes ou pages.

- *En utilisant des formats originaux plébiscités par les utilisateurs, comme les stories et les vidéos, vous pourrez également offrir une portée plus grande à votre message.*

Notre conseil ? Inspirez-vous des tendances en matière de publications. Un post drôle, bien travaillé tant visuellement que dans le texte aura plus de chance d’être repartagé par vos employés.

2. Les chiffres à l'appui



| Instagram

- Instagram compte plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels, plus précisément **1,074 milliard** d'utilisateurs
(Source : Omnicore)
- **63 %** des utilisateurs d'Instagram l'utilisent au quotidien
(Source : Blog du modérateur)
- **500 millions** de personnes utilisent les stories chaque jour
(Source : 99 Firms)



| Facebook

- **2,895 milliards** d'utilisateurs actifs mensuels selon Facebook au second trimestre 2021
(Source : Facebook)
- **34 minutes**, c'est le temps passé, en moyenne et chaque jour par les utilisateurs de Facebook
(Source : eMarketer 2020)
- **88%** des visiteurs actifs déclarent utiliser Facebook pour garder contact avec leurs amis et leur famille, 33% pour se divertir, 23% pour s'informer et 17% pour suivre des marques ou des entreprises
(Source : Statista, Etats-Unis 2019)



| LinkedIn

- **Plus de 774 millions** de membres dans le monde
(Source : LinkedIn)
- **40 millions** de membres sont des décisionnaires
(Source : LinkedIn)
- **130 000 articles** sont créés chaque mois
(Source : LinkedIn)
- **40 %** de ses membres se rendent chaque jour sur la plateforme
(Source : LinkedIn)



| Twitter

- **353 millions** d'utilisateurs de
(Source : Etude sur l'usage d'Internet et des réseaux sociaux Juillet 2021 de We Are Social et Hootsuite)
- **500 millions** de tweets envoyés par jour en moyenne
(Internet Live stats)

3. À la portée de tous

Créer un compte sur un réseau social est gratuit

Si quelques outils sont payants, l'inscription reste gratuite ! Il est donc tout à fait possible de les utiliser sans débourser un seul centime. Votre gestion interne vous dira merci !

Ce n'est pas plus compliqué que de gérer un compte personnel !

Une fois que vous avez pris connaissance des stratégies de publication sur les réseaux sociaux, le reste est très facile. Il vous suffit de publier régulièrement, comme vous pourriez le faire sur vos comptes personnels !



Quels messages partager ?

Tous les jours en entreprise, vous diffusez de nombreux messages. Certains ont un but informatif, d'autres visent à motiver vos équipes, à faire rayonner l'entreprise ou encore à féliciter les employés. Sur vos réseaux sociaux internes, ce sont ces mêmes messages que vous pourrez communiquer !

1. Tenez vos employés au courant !

Partager des informations pratiques

Un nouveau logiciel va être installé, une porte est bloquée ou une nouvelle règle va être instaurée ?

Profitez de vos groupes et comptes privés pour prévenir tous vos employés !

Partager des informations gouvernementales

Chaque année, de nouvelles lois sont promulguées et certaines peuvent concerter votre activité. Les réseaux sociaux sont un bon moyen d'en avertir les employés. Là aussi, il n'est pas nécessaire de le partager sur un compte public, la législation concerne principalement vos équipes.

Les changements internes

Votre entreprise s'apprête à créer de nouveaux postes ou une fusion va avoir lieu ? Prévenez tous vos employés en publiant un message sur l'un de vos réseaux sociaux privés.

Gratifications et Chèques-Vacances

Si vous souhaitez prévenir vos employés que les Chèques-Vacances sont arrivés ou qu'ils vont être mis en place, vous pourrez le faire sur un compte ou un groupe interne.

Commandez des Chèques-Vacances pour vos employés !



Résultats d'entreprise

L'entreprise a doublé son chiffre d'affaires cette année ?

Partagez cette information avec vos employés :

ils seront ravis d'apprendre que leur travail a porté ses fruits.

Partager des moments de vie

Repas de Noël, anniversaires, séminaires... Publiez les photos de ces événements internes pour offrir de jolis souvenirs à vos équipes.

Mettre en avant les collaborateurs

Publiez des portraits de vos employés est un bon moyen de les féliciter et de mettre en lumière leur travail.

Faire participer les équipes

Quand on est une grande structure, il peut parfois être difficile de récolter les avis et les demandes de tous. Profitez de vos groupes et comptes privés pour créer des sondages et faire participer vos employés à la vie de l'entreprise.

Lorsque vous postez sur le compte, la page ou le groupe de votre CSE, en théorie vous délivrez un message destiné à vos employés.
En pratique cela peut être différent !

Si vous communiquez sur une page publique, d'autres personnes extérieures à l'entreprise sont susceptibles de voir ce message.
Les portraits, les moments de vie ou les résultats financiers renforcent votre image et renvoient et vous positionnent comme une entreprise saine et bienveillante !

2. Quel réseau pour quel message ?

	PAGE	COMPTE 	GROUPE	COMPTE 	COMPTE 	GROUPE 	GROUPE	INTRANET
CHANGEMENT INTERNE	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
INFORMATION INTERNE	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
RÉSULTATS DE L'ENTREPRISE	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
NOUVEAUX ARRIVANTS	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ÉVÈNEMENTS MARQUANTS	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓
ÉVÈNEMENTS D'ENTREPRISE	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
VIE DE L'ENTREPRISE	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
RÉUNIONS	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
SONDAGES	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
INFORMATION GOUVERNEMENTALE	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
OFFRES D'EMPLOI	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
PORTRAITS	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
CHÈQUES-VACANCES	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
AVANTAGES	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓
FÉLICITATIONS	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓



Notre kit pour maîtriser les réseaux sociaux

Pour que votre message ne tombe pas dans les méandres de Facebook, il y a quelques règles à respecter. Choisissez le bon compte pour votre publication, trouvez le format adéquat et adaptez votre message. On vous explique tout cela en détail !

1. Le bon compte fait les bons messages

Sur Facebook, faites le bon choix

COMPTE/PROFIL	PAGE	GROUPE
Réservé à un usage interne et non promotionnel. Seuls les employés "amis" pourront voir vos messages, photos, vidéos et autres contenus. Des informations plus confidentielles peuvent y être publiées.	 Une page Facebook est l'outil par excellence pour promouvoir une entreprise ou/et une activité professionnelle. Il n'est pas nécessaire d'être "amis" pour que les utilisateurs voient et aiment les contenus. Les messages publiés pour vos employés peuvent donc avoir un impact sur des acteurs extérieurs à votre entreprise.	Très proche du forum, le groupe permet d'avoir des échanges entre les différents membres sur des thématiques internes et donc d'entretenir une relation plus personnelle avec ces interlocuteurs. À la différence d'une page Facebook, l'accès sur un groupe est limité. Une demande d'accès est obligatoire. À l'instar du compte, vous pouvez y publier des messages qui ne concernent que vos employés.

BON À SAVOIR !

Une page Facebook est créée à partir d'un profil Facebook. Les publications des pages Facebook sont référencées sur les moteurs de recherche, ce qui n'est pas le cas des publications d'un profil Facebook.

Sur Whatsapp, échangez sereinement avec tous vos employés

En créant un groupe Whatsapp avec tous vos employés, vous pourrez discuter de sujets internes à l'entreprise et partager des informations qui concernent uniquement les employés. Comme sur toute messagerie instantanée, discutez en temps réel sur de nombreux sujets concernant votre entreprise. Un changement d'horaire de dernière minute, une visite imprévue... Le groupe Whatsapp est idéal pour ce type de message.

Sur Linkedin, 3 leviers pour développer vos prises de paroles

Quelle est la différence entre un profil, une page entreprise et un groupe ?

LE PROFIL	LA PAGE ENTREPRISE	LE GROUPE
<p>Le profil appartient à une personne, c'est son CV et on y retrouve sa présentation ainsi que son parcours professionnel. Si vous êtes responsable du CSE, vous pouvez utiliser votre propre profil pour partager des informations à vos collègues.</p>	<p>C'est la vitrine de l'entreprise. Elle sert principalement à promouvoir l'activité. Il est par conséquent plus intéressant de publier des posts qui peuvent toucher un public extérieur également (Vie d'entreprise, portraits...)</p>	<p>Il permet de centraliser des discussions sur des sujets précis avec des échanges plus personnalisés. Vous pouvez y publier des informations privées qui ne concernent que les employés de l'entreprise.</p>

Sur Twitter, favorisez les interactions !

Sur Twitter, les posts sont limités à 280 caractères (en 2021). Il est donc important d'être concis et d'aller droit au but. L'objectif est d'écrire des messages courts et impactants qui seront partagés et sur lesquels vos employés pourront interagir. À l'instar d'une page Facebook, les informations partagées doivent également promouvoir l'esprit d'équipe au sein de l'entreprise. Vous pouvez y publier des portraits, des moments de vie ou quelques informations pratiques qui ne seraient pas confidentielles.



2. Choisir le bon format

Certains formats sont propres à un réseau social.

- Instagram est la plateforme d'inspiration par excellence : privilégier les images.
- Twitter mise sur l'interaction grâce aux messages courts et impactants.
- Facebook est davantage utilisé pour favoriser le partage d'informations entre des groupes (textes, vidéos)
- Linkedin reste le réseau social de référence pour contenus professionnels

Voici les différents formats que vous pourrez rencontrer sur chaque réseau social :



INSTAGRAM

- POST (IMAGE, CARROUSEL, VIDÉO)
- REEL
- STORY
- GUIDE
- DIRECT



FACEBOOK

- POST (IMAGE, ALBUM, VIDÉO, PARTAGE, LIEN)
- STORY
- LIVE



TWITTER

- POST (IMAGE, ALBUM, VIDÉO, RETWEET, LIEN)
- DIRECT



LINKEDIN

- POST (IMAGE, ALBUM, VIDÉO, PARTAGE, LIEN)
- LIVE

BON À SAVOIR !

La vidéo est devenue l'un des formats les plus engageants. Un post comprenant une vidéo génère en moyenne 30% d'interactions en plus qu'une photo et 2 fois plus de partage.

Respecter l'identité visuelle de l'entreprise dans vos posts

Avoir un univers précis, une tonalité et une charte graphique aident à renforcer l'adhésion à l'entreprise. Cela permet d'asseoir votre identité et de garantir l'homogénéité dans la production de vos contenus. Respecter la couleur du logo et la typographie dans les posts est donc important pour uniformiser les prises de parole mais aussi pour fédérer les employés.

Et sur l'intranet ?

Sur l'intranet, les règles sont les mêmes que sur les groupes Facebook privés. Ici, vous pourrez poster des messages plus personnels et des informations qui concernent uniquement les employés.

3. Écrire un message impactant

Choisir le bon moment pour publier

Voici nos recommandations, issues de plusieurs analyses et bilans de performances :



INSTAGRAM

LUNDI ET JEUDI



FACEBOOK

LUNDI, VENDREDI,
SAMEDI ET DIMANCHE



TWITTER

LUNDI, MARDI, MERCREDI,
JEUDI ET VENDREDI



LINKEDIN

LUNDI, MARDI, MERCREDI,
JEUDI ET VENDREDI

Pour être plus précis, les réseaux sociaux mettent à disposition un tableau de bord avec des statistiques sur les moments les plus appropriés pour publier.

À noter : Chaque audience est très différente ! Il est donc nécessaire de faire plusieurs tests, afin d'identifier les meilleurs moments pour toucher un maximum de personnes.

4 règles pour dynamiser vos contenus

1 ÊTRE CLAIR ET PRÉCIS

2 STRUCTURER SES IDÉES

Titre
Accroche
Message
Invitation à l'action
(partager, aimer, commenter, cliquer)

3 ADAPTER LE DISCOURS À SON AUDIENCE ET AU RÉSEAU SOCIAL

4 INTÉGRER DES ÉMOJIS POUR APPORTER DE LA FRAÎCHEUR

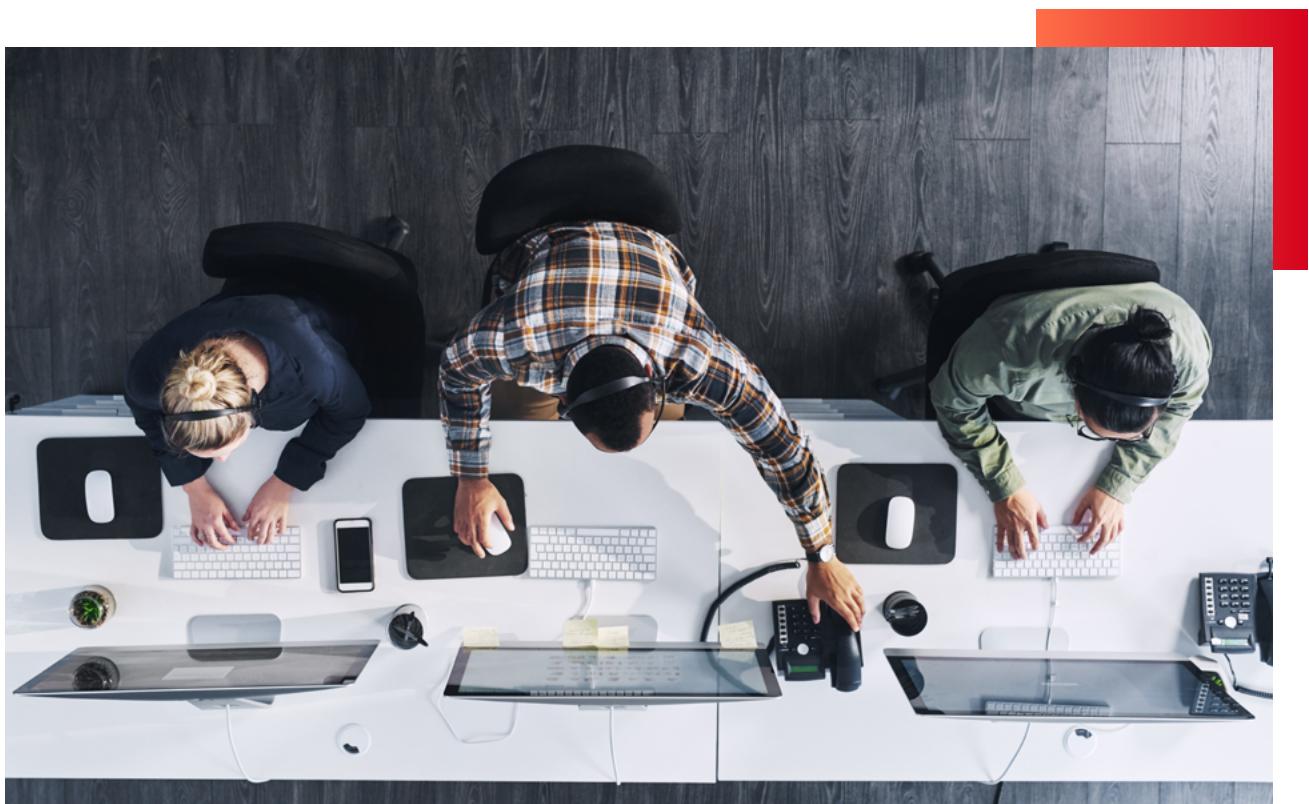
4 règles pour pousser la portée des publications

1 METTRE DES HASHTAGS
(30 MAXIMUM)

2 INDICHER LA LOCALISATION

3 IDENTIFIER DES PERSONNES

4 PUBLIER SUR PLUSIEURS COMPTES EN SIMULTANÉ



4 outils pour vous aider à poster

Maintenant que vous connaissez tous les secrets des réseaux sociaux, le moment est venu pour vous de commencer à poster ! Et si vous avez quelques doutes sur vos talents de réalisateur, de graphiste ou d'écrivain, ne vous inquiétez pas ! Montage vidéo, visuel, gestion des publications et corrections orthographiques... On vous partage 4 outils pour des posts 100% réussis !

1. Canva : créez vos propres visuels

Désormais, il n'est plus nécessaire d'avoir une formation de graphiste pour créer des contenus originaux. Avec Canva, vous pouvez designer vos propres posts grâce à la banque d'images, aux gifs et aux icônes disponibles. Il existe également des modèles prêts à l'emploi que vous pourrez réutiliser pour toutes vos prises de parole en interne. Le plus grand avantage de Canva ? Le logiciel est simple d'utilisation et très intuitif. On vous prévient : l'essayer, c'est l'adopter !

Tarifs :

- Version gratuite
- Version payante avec plus de gabarits, d'images et d'icônes à 27€ par mois. À noter qu'il est également possible d'acheter des éléments graphiques à l'unité.



Canva

2. Mojo : devenez réalisateur de stories Instagram

Créez des stories Instagram dignes d'un véritable réalisateur avec Mojo ! Effets animés, personnalisation des couleurs et des polices, banque d'images... L'application dispose de tous les outils nécessaires pour vos vidéos Instagram. Pour vous faciliter la vie et gagner du temps, vous pourrez également vous servir des templates existants et les personnaliser à votre convenance.

Tarifs :

- Version gratuite avec des templates basiques
- Version payante à 9,99€ par mois



3. Cordial : écrivez sans aucune faute

Fini les fautes d'orthographe et les relectures interminables, Cordial fait le travail pour vous. En version gratuite, ce logiciel vous permet de corriger jusqu'à 1000 mots. Sur sa version premium, le nombre de mots est illimité et le logiciel peut être installé comme plug-in sur Word. En plus, des mises à jour régulières sont proposées afin de garantir la meilleure des corrections !

Tarifs :

- Version gratuite, 1000 mots pour une correction
- Version payante 119 €



4. Facebook Creator Studio : programmez tous vos posts

Cet outil vous permet de programmer en une seule fois l'ensemble de vos posts Instagram et Facebook. En plus de faciliter la gestion et la publication, vous pouvez à tout moment modifier ou supprimer les posts ainsi que gérer les commentaires et messages privés. Il y a même une banque de sons pour vos vidéos Facebook et Instagram. Une fois vos posts programmés et lancés, Facebook Creator Studio vous offre la possibilité d'analyser les performances de vos publications.

Tarifs :

- Gratuit !





5 idées de posts à réutiliser dans votre entreprise



Pour vous aider dans la réalisation de vos posts, en partenariat avec [l'agence Les Conteurs](#), nous vous proposons quelques exemples de publications appliqués à nos structures. Vous pourrez bien sûr vous en inspirer pour vos prochains posts sur vos réseaux sociaux internes !

Les Conteurs

Que faire avec vos Chèques-Vacances ?

Découvrez nos 4 idées de sorties pour cet hiver 🎡👉

- ★ Vibrer au rythme des attractions du [Futuroscope](#).
- ★ Partir à la rencontre des poissons de l'[Aquarium Sea Life](#)
- ★ Prendre de la hauteur depuis le sommet de la [Tour Eiffel](#)
- ★ Plonger dans l'univers féérique de [Tchaïkovski](#) avec le ballet Casse-Noisette

Alors, quelle activité vous tente le plus ? 😊

Un post viral sur Instagram

Bonjour à tous,
Bonne nouvelle ! Vos chèques-vacances sont arrivés 😊🎉

Pour les récupérer, c'est très simple ! 👉

- 👉 Rendez-vous directement au bureau des ressources humaines (étage 2, porte 202)
- ✉ Ou envoyez-nous vos coordonnées à l'adresse : ressource-humaine@les-conteurs.com et nous les enverrons par la poste !

Une question sur le sujet ? 😊
Laissez-nous un commentaire en dessous de cette publication et nous y répondrons !

À très vite !

Un message sur un groupe privé
(Information pratique à propos des Chèques-Vacances)

ANCV



ANCV ...

[PORTRAIT] Vous l'avez peut-être croisée dans les couloirs, ou devant la machine à café ☕... Voici notre nouvelle arrivante : Cécile !

Cécile
Directrice des ressources humaines
3 années en cabinet
Diplômée d'un Master en Ressources humaines

Vous avez une question sur vos contrats ?
Elle est là 🐱

On lui souhaite la bienvenue dans l'équipe ❤️

[Voir les statistiques](#) [Booster la publication](#)

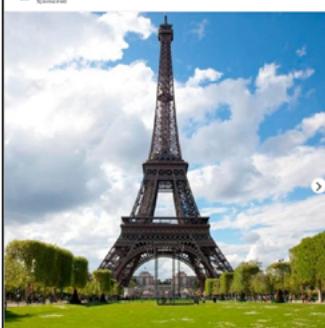
Un post Instagram (Portrait)

📍 Que faire avec vos Chèques-Vacances ?

Découvrez nos 4 idées de sorties pour cet hiver 🎄

- ⭐ Prendre de la hauteur depuis le sommet de la Tour Eiffel
- ⭐ Partir à la rencontre des poissons de l'Aquarium Sea Life
- ⭐ Vibrer au rythme des attractions du Futuroscope
- ⭐ Plonger dans l'univers féérique de Tchaïkovski avec le ballet Casse-Noisette

Alors, quelle activité vous tente le plus ? 😊



Un post viral sur Instagram
(Idées de sorties avec vos Chèques-Vacances)



Notre lexique pour tout comprendre des réseaux sociaux

En commençant sur les réseaux sociaux, vous risquez probablement de rencontrer quelques termes techniques. On vous aide à les déchiffrer grâce à notre lexique !

Like

Bouton qui permet aux utilisateurs d'exprimer leurs sentiments par rapport à une publication. Il existe 6 interactions sous forme d'émojis. Ainsi les internautes peuvent aimer, adorer, rire, être surpris, être triste ou énervé.

Tag

Sur les réseaux sociaux, le Tag permet de mentionner une personne, un compte ou une page. Pour ce faire, il vous suffit de cliquer sur @ et de mentionner la personne ou la page avec laquelle vous souhaitez interagir.

Fil d'Actualité

La première page qui apparaît lorsque vous vous connectez à un réseau social. C'est ici que vous pouvez retrouver les dernières publications de vos amis, des pages et des groupes auxquels vous êtes abonnés.

Feed

Sur Instagram, cela correspond à l'enchaînement des photos que vous publiez et qui prend la forme d'une grille.

Abonné

Personne qui suit votre page ou votre compte.

Booster

Fonctionnalité payante qui permet d'augmenter la portée d'une publication. Elle apparaît avec la mention "Sponsoriisé" dans le fil d'actualité de vos abonnés.

Taux d'engagement

Outil permettant de mesurer les interactions de vos abonnés vis-à-vis de vos publications.

Follower

Autre terme pour "abonné".

Story

Vidéo courte ou photo (15 secondes maximum) postée sur un compte Facebook ou Instagram. La story est éphémère, vos abonnés pourront la voir et la revoir jusqu'à 24H après sa publication. Sur la story, il est possible d'ajouter des sondages ou des questions pour plus d'interactions.

Stories à la une

Fonctionnalité qui permet de rendre vos stories permanentes. Celles-ci sont gardées dans un petit onglet qui se trouve en haut de votre page.

Reel

Vidéo Instagram permanentes qui peuvent durer jusqu'à 60 secondes. Les reels peuvent être retrouvés sur votre feed.

Hashtag

Symbol # qui lorsqu'il précède un mot ou une expression permet de regrouper la publication au sein d'une catégorie. (Par exemple, avec le #Chèques-Vacances vous pourrez retrouver tous les posts concernant les Chèques-Vacances).

Tweet

Message publié sur Twitter.

Retweet

Action de partager un message publié par une autre personne (un tweet) sur Twitter.

Tendances/Trends

Les sujets qui animent les utilisateurs d'un réseau social.

