

GUIDE PRATIQUE POUR PUBLIER DES TWEETS, POSTS ET VIDÉOS DE QUALITÉ (ET FONDÉS SUR DES PREUVES !)



Les réseaux sociaux nous permettent d'atteindre de nouveaux publics qui peuvent être déconnectés des médias traditionnels, et les diététiciens et nutritionnistes agréés sont les mieux placés pour faire autorité en matière de nutrition sur ces plateformes. Dans ce module, nous vous proposons quelques conseils pour vous aider à communiquer efficacement sur les réseaux sociaux les nouvelles recherches en matière de nutrition et les conseils diététiques et à établir votre propre voix tout en conservant votre crédibilité.

CRÉER UN CONTENU DE QUALITÉ FONDÉ SUR DES PREUVES

- **Présentez vos qualifications :**

À l'ère des « fake news », le public devient de plus en plus prudent lorsqu'il s'agit de croire les contenus en ligne. La recherche, les preuves scientifiques et les sources factuelles donnent de la crédibilité à votre contenu et feront de vos comptes des sources d'information fiable. Commencez par taguer des sources crédibles et des organismes de santé dans la mesure du possible. Si vous parvenez à établir une relation avec eux, ils pourraient même vous renvoyer l'ascenseur et vous taguer dans leur propre contenu.

- **La mise en page est importante :**

Il est plus facile pour votre public de suivre un récit lorsque le contenu est présenté de manière claire. Le fait d'avoir des titres, des sous-titres et des listes peut aider à ce que votre lecteur reste sur votre contenu et interagisse avec lui. Si vous avez un contenu complexe, essayez de le décomposer en différentes stories et carrousels (messages à images multiples) sur les réseaux sociaux.

- **Soyez pertinent, soyez pédagogique :**

Les consommateurs interagissent avec les contenus et les créateurs qui apportent une valeur ajoutée – vous devez aspirer à faire réfléchir, rire, apprendre ou à se sentir inspiré par chaque contenu que vous publiez. Réfléchissez à la manière dont vous pouvez présenter votre contenu sous la forme d'une histoire intéressante pour votre public et dont vous pouvez l'aider à apprendre quelque chose de nouveau. En plus des messages prévus pour les dates usuelles, ajoutez des messages ponctuels spontanés qui renforcent votre message global en rebondissant sur l'actualité ou les nouvelles tendances (par exemple, l'introduction de règles d'emballage HFSS ou une modification des recommandations).

CRÉER UN CONTENU DE QUALITÉ FONDÉ SUR DES PREUVES

- **Maîtrisez l'art de prendre une bonne photo :**

Vous n'avez pas besoin d'être un photographe ou un graphiste professionnel, mais tachez d'améliorer la qualité de vos publications, que ce soit en utilisant un téléphone ou un appareil photo de meilleure qualité, en vous asseyant près d'une fenêtre pour obtenir un meilleur éclairage ou en réfléchissant à la composition de votre photo. Vous pouvez également utiliser une application pour modifier vos photos avant de les publier. En voici quelques exemples :

1. Adobe Photoshop Express et/ou Lightroom 2. VSCO 3. Snapseed

- **Évaluez votre contenu :**

Plus vous publiez de contenu, plus vous aurez de données pour alimenter vos futures publications. Utilisez les données fournies par chaque plateforme afin d'analyser la portée, les impressions et les interactions. Vous pourrez ainsi évaluer ce qui fonctionne le mieux, et affiner continuellement vos stratégies de publication en vous appuyant sur les contenus ayant le plus d'impact.

- **N'ayez pas peur de réutiliser :**

Réutilisez vos contenus les plus populaires. Souvent, les gens ont besoin de voir quelque chose plusieurs fois pour s'en souvenir. De plus, il est réaliste de penser que les personnes qui l'ont vu au moment de la première publication sont différentes de celles qui le voient aujourd'hui.

AUGMENTER LES INTERACTIONS

- **Mélangez vos contenus :**

L'une des meilleures façons de susciter l'intérêt de votre public est de varier votre contenu avec des images, des graphiques, des infographies et des vidéos. Les images attirent l'attention des utilisateurs lorsqu'ils font défiler leur fil d'actualité, mais il a été prouvé à maintes reprises que les vidéos permettent d'atteindre un public plus large.

- **Faites en sorte que l'on puisse s'identifier à ce que vous publiez :**

Évitez les légendes ne comportant qu'un seul mot ou une seule phrase et essayez plutôt d'inspirer et de susciter l'émotion en racontant une histoire et en partageant des conseils pratiques. Soyez authentique. De cette manière, votre public sera plus enclin à interagir.

- **Demandez à vos followers de participer :**

En organisant un appel à l'action, par exemple en invitant à élire le meilleur snack ou à partager une recette, vos lecteurs sauront comment interagir avec vous et les autres followers. Il y a de fortes chances que vous augmentiez considérablement les interactions simplement en demandant poliment.

- **Partagez où vous êtes :**

Chaque fois que vous postez un contenu, vous pouvez ajouter votre localisation – dites à votre public où vous étiez, quand la photo a été prise ou tout autre détail sur votre localisation pour accroître la pertinence et la portée de votre message. Demandez-vous quels sont les lieux qui pourraient intéresser votre public cible et utilisez-les pour toucher plus de personnes.

INCREASING YOUR ENGAGEMENT

- **Suivez et commentez d'autres profils :**

Si vous voulez accroître les interactions avec vous, vous devez passer du temps à interagir avec les autres. Lorsque vous montrez un réel intérêt pour le contenu d'une personne en likant et en commentant ses posts, non seulement cela montre que vous la soutenez, mais cela encourage également la personne à consulter votre compte.

- **Faites preuve d'intelligence avec les hashtags :**

Assurez-vous d'utiliser des hashtags ciblés qui décrivent votre post ou votre public sur chaque post. Lorsque vous avez sélectionné les bons hashtags, vous pouvez augmenter considérablement les interactions. Il n'existe pas de méthode unique pour utiliser les hashtags qui fonctionne pour tout le monde, alors n'hésitez pas à expérimenter et à trouver une méthode qui fonctionne pour vous et votre public, mais vous devez toujours essayer de suivre ces deux règles d'or :

1. Ne « spammez » pas – c'est très bien de trouver un ou deux hashtags génériques à utiliser pour tous vos contenus, mais en dehors de cela, n'utilisez que des hashtags qui sont pertinents pour le contenu que vous créez (c'est-à-dire n'utilisez pas #diabète sur un post concernant la #santédelapeau et inversement).

2. N'utilisez pas trop de hashtags dans vos phrases pour que votre contenu reste lisible (c'est-à-dire que #ce #type #de #phrase #peut #rebuter #votre #public). Pensez plutôt à les placer au début et à la fin de vos messages.

- **Promouvez davantage votre contenu :**

Sur Instagram, les stories sont en train de devenir le format le plus populaire. Début 2019, on comptait 500 millions d'utilisateurs actifs quotidiens sur Stories et le nombre de stories publiées devrait dépasser celui des posts classiques cette année. L'utilisation de stories permet non seulement de diffuser votre contenu à une plus grande partie de votre public, mais aussi de « jouer » sur l'algorithme afin d'augmenter le trafic sur vos dernières publications et de renforcer facilement les interactions. Veillez à partager votre publications en utilisant la fonctionnalité in-feed ou en vous mentionnant avec @ afin que les utilisateurs puissent accéder à votre feed de manière aussi transparente que possible. Si vous avez plus de 10 000 followers, vous pouvez aussi utiliser un lien de type « swipe up »!

- **Faites-vous taguer :**

En taguant les personnes et les marques dans vos publications, elles reçoivent une notification, ce qui permet d'attirer efficacement leur attention et celle de leur public.

- **Partagez sur toutes les plateformes :**

Votre public ne verra pas toujours vos publications sur Instagram, Facebook ou Twitter. Il faut donc que vous fassiez de la promotion croisée pour rendre votre contenu le plus accessible possible. Le partage sur plusieurs plateformes vous permet également d'expérimenter pour savoir quel contenu fonctionne le mieux sur quelle plateforme et peut vous aider à adapter vos futurs contenus à des publics spécifiques.

CONSTRUIRE VOTRE COMMUNAUTÉ

- **Postez régulièrement :**

Votre objectif est que vos photos, vos contenus et vos messages soient publiés régulièrement, afin que les gens obtiennent ce pour quoi ils vous suivent. Que ce soit une fois par semaine ou trois fois par jour, essayez de garder un rythme. Un calendrier de publication régulier que votre point de vue, votre marque et votre contenu restent en tête des priorités et vous met en bonne position vis-à-vis de l'algorithme d'Instagram qui peut augmenter considérablement le nombre de likes que vous recevez d'une photo à l'autre.

- **Partagez des moments de votre travail quotidien :**

Prenez des notes des livres qui vous inspirent. Partagez ce qu'ils représentent pour vous et dans quelle mesure ils ont un rapport avec votre vie et votre profession.

- Soyez positif : Parlez de choses passionnantes que vous êtes en train de préparer. En partageant des moments positifs réels et auxquels les gens peuvent s'identifier, vous inspirez votre public à connaître le même succès.

- **Posez des questions et partagez vos impressions :**

Faites participer vos followers et faites-les interagir en posant une question. Vous pouvez leur demander directement « Quel type de contenu souhaiteriez-vous que je publie ? » ou le faire en utilisant la fonction de question dans Instagram Stories. C'est peut-être la meilleure façon de savoir ce que votre public veut vraiment voir de vous. Partagez votre réponse de manière claire et facile à comprendre.

- **Montrez que vous êtes passionné :**

La meilleure façon de rendre votre contenu attrayant est de le créer avec enthousiasme. Lorsque vous êtes passionné par un sujet, il est facile de laisser cet enthousiasme transparaître dans votre contenu et de faire en sorte que les lecteurs s'y intéressent.

- **Vous et votre public :**

Vos followers qui vous aiment, vous connaissent et vous font confiance sont votre principal atout.

- **Prenez soin de vous :**

Si les réseaux sociaux vous dépriment, éloignez-vous. Faites une pause pour renouer avec ce qui vous passionne afin d'être de nouveau inspiré.



UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX DE MANIÈRE RESPONSABLE [CHECK-LIST]

Être transparent et fournir des informations exactes à vos followers vous permettra d'établir et de maintenir une relation de confiance avec eux. Toute affirmation ou opinion doit être étayée par des preuves crédibles avant d'être partagée. Si vous donnez des conseils, ceux-ci doivent être honnêtes et instructifs et éviter les tournures exagérées ou péremptoires. Indiquez des références d'études évaluées par des pairs ou d'organismes de santé. Lorsque vous publiez quelque chose ou répondez à une personne, il est important que vous représentiez correctement la profession de nutritionniste et de diététicien dans son ensemble et vous devez faire preuve du même niveau d'intégrité que pour tout autre acte professionnel.

POSEZ-VOUS LES QUESTIONS SUIVANTES AVANT DE PUBLIER QUELQUE CHOSE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Le consommateur sait-il clairement quelles sources d'information ont été utilisées pour rédiger ce contenu ?
- Vos sources sont-elles scientifiquement solides ? Partager des études isolées sans les replacer dans le contexte plus large de la recherche n'est pas responsable et peut créer de la désinformation.
- Avez-vous donné un avis équilibré et mis en évidence les zones d'incertitude ou les limites ?
- Votre contenu indique-t-il comment accéder à des informations supplémentaires ?
- Les informations que vous partagez en tant qu'opinion personnelle sont-elles présentées comme des faits ?
- Comment cela sera-t-il interprété ? Si vous n'êtes pas qualifié pour éclairer une décision, quelle est l'intention de votre publication ? Soyez clair.
- Comment pensez-vous que les images que vous publiez seront perçues par une personne vulnérable ?
- Parlez-vous de différents types d'aliments dans votre feed qui reflètent une alimentation variée et équilibrée ?

PARTENARIATS AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX

Si un consommateur commence à lire un message et ne se rend pas compte qu'il s'agit d'une publicité avant la toute fin, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) considère que ce message n'est pas immédiatement ou manifestement identifiable comme une communication commerciale. L'ARPP recommande de placer des étiquettes, telles que #ad ou AD, au tout début de tous les messages publiés sur les réseaux sociaux.

RESSOURCES UTILES

Ordre des médecins

https://www.conseil-national.medecin.fr/sites/default/files/external-package/edition/mmy1bs/cnom_guide_pratique_e-reputation.pdf