

MÉDIA SOCIAL	DESCRIPTION	CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
FACEBOOK	<ul style="list-style-type: none"> › La plateforme de médias sociaux la plus populaire au monde, avec la plus grande base de données d'utilisateurs et d'utilisatrices. 	<ul style="list-style-type: none"> › Groupes › Instant Articles (distribution de contenu avec des vitesses Internet plus faibles) › Outil de messagerie personnelle (Facebook Messenger) › Événements › Vidéos en direct 	<ul style="list-style-type: none"> › Permet le partage de différents formats tels que vidéos, images, liens vers votre site. › Options de publicité très flexibles. 	<ul style="list-style-type: none"> › Diminution de la portée organique. › Diminution de l'adoption par les jeunes. › A tendance à favoriser le contenu natif dans le fil d'actualités, surtout de manière organique. * Bien que vous puissiez utiliser des hashtags sur Facebook, les études montrent qu'ils n'apportent pas beaucoup de valeur.
INSTAGRAM	<ul style="list-style-type: none"> › Il s'agit d'un réseau très concentré sur l'aspect visuel, où les images et les vidéos de qualité rencontrent souvent le plus de succès. 	<ul style="list-style-type: none"> › Stories (disparaissent après 24 h à moins d'être à la une du profil) › Reels (outil permettant la création de vidéos de 30 secs, comme sur TikTok) › IGTV (option permettant de partager des vidéos plus longues, qui peuvent aussi apparaître sur le fil) › Plusieurs fonctionnalités d'engagement sur les stories, telles que sondages, filtres, stickers des questions, etc. › Vidéos en direct › Hashtags 	<ul style="list-style-type: none"> › S'il est bien utilisé, il s'agit d'un outil fantastique pour interagir avec votre public. Beaucoup d'outils intégrés sont disponibles et facilitent les interactions. › Options de publicité très flexibles disponibles via Facebook Manager. › Souvent utilisé pour donner un visage humain à une marque/entreprise. › Très bon canal pour coopérer avec des influenceurs. 	<ul style="list-style-type: none"> › Exige plus d'efforts de modération pour le bon déroulement des conversations. › Exige des compétences en conception graphique pour créer des images séduisantes et pour organiser un profil.
TWITTER	<ul style="list-style-type: none"> › Twitter est un réseau social sur lequel les conversations se déroulent très vite. Les organisations de presse, les personnalités politiques, les ONG, les décideurs et décideuses politiques l'utilisent à la fois pour partager des actualités et pour exprimer leurs opinions. 	<ul style="list-style-type: none"> › Hashtags › Tendances › Listes (bien que peu populaires) 	<ul style="list-style-type: none"> › Très bon canal pour interagir avec les utilisateurs et utilisatrices, participer à des conversations autour de hashtags et susciter la réflexion autour des idées partagées par d'autres personnes. › Les ONG, les décideurs et décideuses et les personnalités politiques sont souvent présents sur Twitter : cela peut représenter une opportunité pour apporter de la visibilité à votre projet. › Plateforme très adaptée à la pratique de l'écoute sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> › Mise à jour rapide du fil d'actualité : une stratégie efficace exige de publier du contenu plusieurs fois par jour. › Limite de 280 caractères pour vos messages. › Exige une stratégie solide et des interactions avec les autres utilisateurs et utilisatrices. Vous n'obtiendrez quasiment aucun résultat si vous n'utilisez Twitter que pour partager des liens vers votre site.

MÉDIA SOCIAL	DESCRIPTION	CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
WHATSAPP	<ul style="list-style-type: none"> › WhatsApp est un outil de messagerie qui peut aussi être employé de façon commerciale. WhatsApp fait partie du groupe Facebook. Il s'agit de l'un des outils de messagerie les plus populaires. 	<ul style="list-style-type: none"> › Messagerie › Groupes 	<ul style="list-style-type: none"> › Peut servir à partager efficacement des formats vidéo, ce qui est avantageux pour les régions qui ont un fort taux d'analphabétisme. › Peut servir à offrir un soutien sur mesure aux utilisateurs et utilisatrices. › Peut potentiellement accroître la portée des messages, car les utilisateurs et utilisatrices peuvent facilement les transférer à des ami(e)s et des groupes. 	<ul style="list-style-type: none"> › Exige un suivi important. › Résultats difficiles à quantifier, car aucun outil d'analytique disponible.
YOUTUBE	<ul style="list-style-type: none"> › YouTube est l'espace le plus populaire au monde où les internautes se rendent pour consommer du contenu vidéo 	<ul style="list-style-type: none"> › Vidéos en direct › Communauté YouTube (nouveau(s) affichées pour les abonnés sur la page d'accueil) 	<ul style="list-style-type: none"> › Les internautes sont sur YouTube avec une intention claire : trouver du contenu vidéo. Vous pouvez envisager des vidéos longues avec des explications détaillées sur les sujets abordés, ou des vidéos plus courtes, qui peuvent être embarquées sur votre site pour appuyer des explications sur un sujet. › Très bon outil pour partager des (séries de) vidéos éducatives. › Possibilité de faire de la publicité via Google Ads. › Peut être utilisé en tant qu'élément de votre stratégie de SEO. 	<ul style="list-style-type: none"> › La production vidéo exige du temps et des ressources. Les internautes s'attendent à un minimum de qualité en matière d'image et de son !
LINKEDIN	<ul style="list-style-type: none"> › LinkedIn est un réseau social employé par les professionnel(le)s et les entreprises. 	<ul style="list-style-type: none"> › Groupes — bien que peu populaires › Hashtags › Messagerie personnelle › Publication d'offres d'emploi et actualités des entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> › Peut servir à partager vos valeurs et la culture de votre organisation. › Très bonnes options de publicité. 	<ul style="list-style-type: none"> › Réseau social très spécialisé : si vous l'adoptez, cela doit servir vos objectifs, autrement vous perdrez peut-être votre temps. › Les gens ont tendance à ne pas participer aux conversations délicates, car cela peut comporter des risques pour leur image professionnelle.
PINTEREST	<ul style="list-style-type: none"> › Pinterest est un réseau de contenu visuel très populaire parmi les métiers artistiques (conception, mode, architecture) et chez les femmes. 	<ul style="list-style-type: none"> › Tableaux › Épingles 	<ul style="list-style-type: none"> › Les infographies peuvent donner de bons résultats, car la plateforme est très orientée sur l'aspect visuel. 	<ul style="list-style-type: none"> › Réservé aux images. › Niche très spécifique.
SOUNDCLOUD	<ul style="list-style-type: none"> › SoundCloud est une plateforme de musique en ligne. 	<ul style="list-style-type: none"> › Plateforme optimisée pour les fichiers audio 	<ul style="list-style-type: none"> › Si vous partagez des fichiers audio, SoundCloud est une très bonne plateforme, car elle 	<ul style="list-style-type: none"> › Réservé aux fichiers audio. Peut appuyer d'autres réseaux, mais ne

MÉDIA SOCIAL	DESCRIPTION	CARACTÉRISTIQUES SPÉCIFIQUES	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
	Avec la popularisation croissante des podcasts, ce réseau acquiert une nouvelle « fonction ».		<p>permet d'embarquer vos archives sur votre site. Les utilisateurs et utilisatrices peuvent aussi laisser des commentaires à des endroits précis de vos fichiers.</p> <p>› Peut constituer un très bon appui aux régions qui ont un fort taux d'analphabétisme.</p>	suffit pas en tant que canal unique.
TIKTOK	› TikTok est une application pour créer et partager de courtes vidéos. Elle est tout particulièrement populaire auprès des adolescentes et adolescents.	<p>› Puissants outils intégrés de création de vidéo</p> <p>› Hashtags</p>	<p>› Outil très facile à utiliser et comprendre, même par les enfants.</p> <p>› Les vidéos contenant de la musique et de l'humour représentent les contenus les plus populaires sur la plateforme.</p>	› Les vidéos peuvent être captivantes et éveiller la curiosité, mais la plateforme ne permet pas des discussions en profondeur.
FORUMS	› Les forums sont les « médias sociaux originaux » : ils étaient les premiers espaces où les gens partageaient des informations entre eux. Le format fonctionne toujours, et bien des internautes utilisent des forums pour poser des questions sur leur situation spécifique.	› Cela dépend du système. Ils peuvent contenir des hashtags, des filtres sur les sujets, etc.	<p>› Discussions centralisées autour d'un sujet : cela permet aux internautes de rejoindre les conversations ou d'en créer de nouvelles.</p> <p>› Peuvent être liés à une stratégie de SEO.</p> <p>› Les internautes peuvent rester facilement anonymes.</p>	› Exigent une modération forte pour éviter les commentaires injurieux et inappropriés.