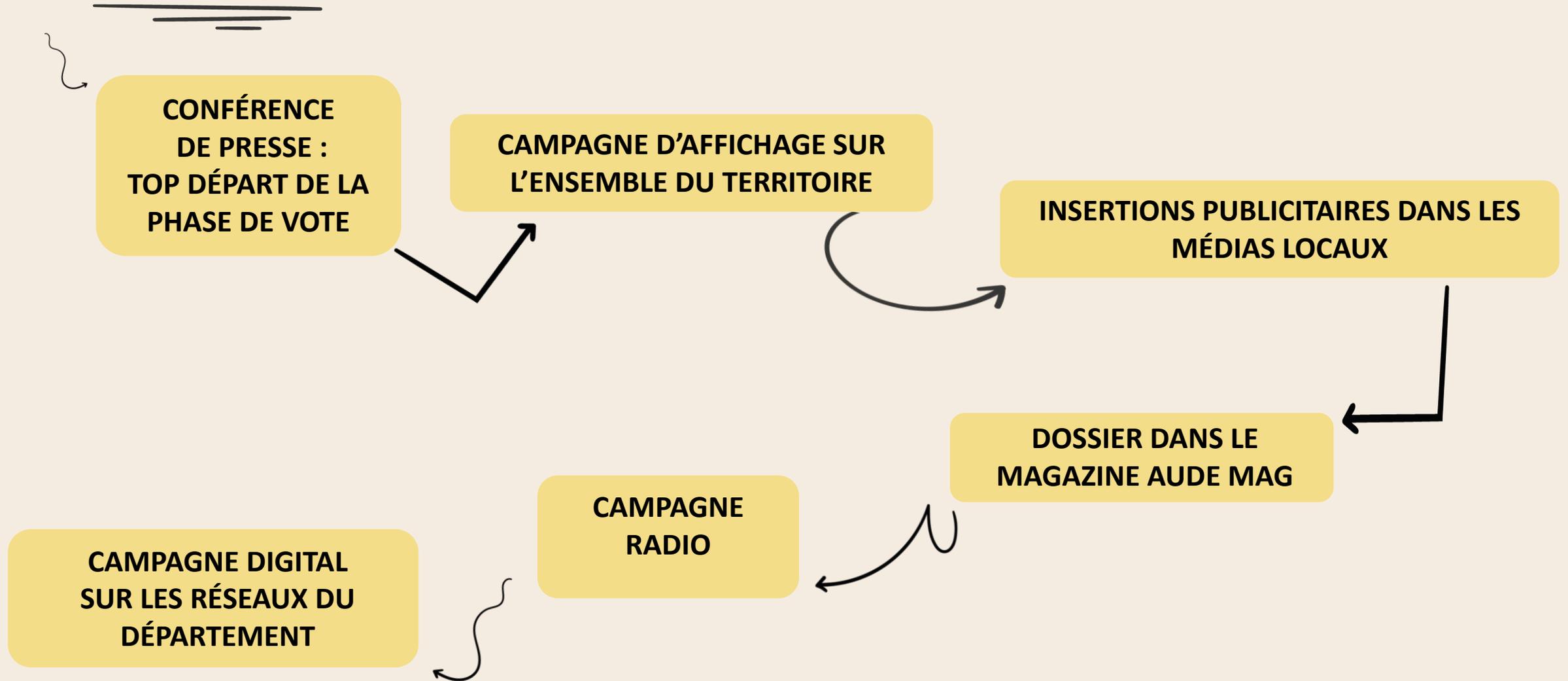




## La communication



# LE PLAN DE COMMUNICATION



# COMMENT BIEN COMMUNIQUER SUR VOTRE PROJET ?



# CRÉER ET DIFFUSER VOS SUPPORTS

---

## LES SUPPORTS MIS À VOTRE DISPOSITION

### PAR LE CD POUR VOTRE COM

- \* L'affiche A3 ;
- \* L'affiche A4 personnalisable ;
- \* Les visuels réseaux sociaux (formats bandeau, carré, vertical, story)
- \* La vidéo appel au vote (formats horizontal, carré et vertical) ;
- \* La vidéo tuto comment voter (formats horizontal, carré et vertical)
- \* Le guide comment communiquer ;
- \* Le fichier image du QR code inclus dans l'affiche A3 avec le logo de cette édition.

**N'hésitez pas à communiquer avec la presse !**

• Presse écrite : L'Indépendant, Midi Libre, La Dépêche du Midi, Le Petit Journal

• Radio : 100%, Grand Sud FM, Pyrénées FM, RCF Pays d'Aude,

Radio Marseillette, Ràdio Lengadòc, Contact FM, Radio

Ballade, Master FM

• TV : France 3 Occitanie, vià Occitanie, TV Carcassonne

# LES RESEAUX SOCIAUX

---

- Quel réseau choisir ?



## ✱ FACEBOOK

1. Réseau social tout public avec une moyenne d'âge de 45 ans

### 2. Réseau social N° 1

Plusieurs objectifs : familial ou professionnel

Réseau pour « rester en contact »

Toutes les collectivités y sont (viralité)

### 2. Contenu classique :

Texte + photos

Réseau le plus « accessible » en terme de production de contenus

## ✱ INSTAGRAM

### 1. Le réseau par l'image

Réseau n°1 chez les 18-34 ans

### 2. On mise sur les photos et les vidéos (reel)

Utilisez des photos du lieu, des parties prenantes, des humains derrière le projet, des produits, etc.

3. Pas de texte à rallonge, il faut synthétiser car les gens ne lisent pas les « descriptions »

On peut adopter un ton amical

Ajoutez des hashtags (mots-clés génériques en rapport avec votre activité, par exemple : #tourisme #sport #art #nature...)

# LES RESEAUX SOCIAUX

---

- Quel réseau choisir ?



## \* TIKTOK

1. La référence des jeunes avec une cible 13-34 ans

2. Sur Tiktok, on mise 95% sur de la vidéo !  
On surfe sur les tendances, c'est-à-dire les « trends » qui deviennent populaires pour rendre sa vidéo virale et plus visible. On se met en scène.

3. L'algorithme de Tiktok : Plus les internautes regardent des vidéos sur une thématique, plus ils verront des contenus sur cette thématique précise.

Si votre thématique a un public large correspond à la tranche d'âge, vous pouvez tenter votre chance.

## \* LINKEDIN

1. Le réseau professionnel

2. Indispensable pour s'informer, échanger, partager avec des professionnels de votre secteur d'activité et communiquer sur les actualités liées à votre activité

3. Attention, LinkedIn c'est le reflet de votre entreprise/projet/activité. On ne s'exprime pas de la même manière sur LinkedIn que sur Tiktok ou Instagram.

Il faut du fond et un message à faire passer.

# LES RESEAUX SOCIAUX

---

- Comment diffuser votre message sur les réseaux sociaux ?



## 1. Vous possédez déjà un ou plusieurs comptes sur les réseaux sociaux

### S'appuyer sur sa communauté

- Créer une page depuis un profil FB et inviter ses followers à la suivre
- Inviter sa communauté à partager les posts

### Identifier le bon community manager

- Au sein de son asso
- Parmi ses proches

### Créer de l'engagement

- Poser des questions / demander un avis
- Réaliser un mini-sondage (story Instagram)

### Créer une viralité

- tagguer @ : la commune, les assos partenaires, etc.
- crossposter (Instagram)
- hashtags # : algorithmes et recherches #budgetcitoyen, #aude, #thématique du projet
- repartager depuis ses comptes perso

## 2. Vous ne possédez pas de compte sur les réseaux sociaux

### S'appuyer sur un compte existant

- Membre de l'asso
- Proche

### Penser à l'après

- Avancement du projet
- Actualités

# LES RESEAUX SOCIAUX



## • Les différents formats de publication

L'image, l'image, l'image...

### Varié les contenus en privilégiant l'image

- Carrousel photos (FB, Instagram)
- Stories (Instagram ++, FB)
- Vidéo format hauteur 30s / 1min. Avec voix off, de l'humain (FB, Instagram, TikTok)



Aux formats inadaptés comme les affiches ou les visuels avec texte. Mettre les infos en description

### Les différents formats

Story, vidéo : 1080x1920 (9:16)

Image : carré (1080x1080) ou hauteur (1080x1350 (4:5))

Utiliser les tags pour accroître la viralité du post

Utiliser les hashtags pour s'inscrire dans une communauté

Utiliser les nouvelles fonctionnalités dès qu'il y en a, reprendre les trends. L'algorithme adore ça.

Mentionner ses réseaux sociaux sur les supports de communication prints.

### Pas trop de texte !

Avec les vidéos et les carrousels 2 ou 3 phrases maximum

Avec 1 photo : quelques phrases. Aérer le texte (paragraphe, emojis)

Ton direct, léger voire décalé sur les RS les plus « jeunes ».

Sur LinkedIn, développer son sujet.

Penser à renvoyer vers : [jeparticipe.aude.fr](http://jeparticipe.aude.fr) afin d'encourager le passage à l'action sur Facebook, LinkedIn et dans les stories Instagram

# LA CREATION DE CONTENUS

Voici quelques outils pour vous accompagner dans vos créations visuelles.

## ✿ CANVA : [www.canva.com](http://www.canva.com)

- ✿ Création de présentation
- ✿ Modèle post RS
- ✿ Modèles de vidéos pour les RS
- ✿ Création d'affiches (tous formats)

## ✿ I LOVE PDF [www.ilovepdf.com](http://www.ilovepdf.com)

- ✿ Outil de bureautique en ligne gratuit
- ✿ Permet de modifier des éléments d'un PDF (ajout de texte et d'image)
- ✿ Permet de transformer des PDF en jpg

## ✿ CAPCUT

- ✿ Application mobile montage vidéo
- ✿ Disponible sur ordinateur ([capcut.com](http://capcut.com))
- ✿ Permet de monter des vidéos
- ✿ Version premium avec plus d'options
- ✿ Bon outil pour démarrer
- ✿ Possibilité d'utiliser des templates

## ✿ Pixabay / Freepik / pexels

- ✿ Banque d'images en ligne proposant des photos & vidéos libres de droit pour illustrer vos contenus

## ✿ Paint / Photos (Microsoft Office)

- ✿ Logiciels photos