



# 5 nouvelles erreurs à éviter sur Facebook

## 1<sup>ère</sup> partie (Mai 2019)

Dans le monde, Facebook continue de dominer la sphère des réseaux sociaux avec plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois . En France, on compte 44.9 millions de visites uniques par mois et 25.9 millions par jour. En dépit de nombreux scandales (Cambridge analytica, métriques des vidéos gonflées, comptes piratés...) , Facebook semble toujours incontournable. Encore faut-il démarrer du bon pied.

Voici 5 premières erreurs couramment rencontrées sur des pages d'association.

### 1/ Ouvrir un profil au lieu d'une page ou un groupe

#### ➤ **Pour votre communication externe**

La page Facebook est un vecteur de votre communication externe puisqu'elle est visible par tous (même sans compte Facebook) et trouvable sur la Toile via un moteur de recherche.

Créez votre page à partir d'un profil. Ce profil deviendra « administrateur » de la page de l'association. Ensuite, il invitera d'autres administrateurs (voir 4e erreur), des éditeurs, voir même des modérateurs. Une équipe pourra animer la page.

Facebook vous guide pas à pas pour créer votre page : <https://nonprofits.fb.com/fr/topic/create-a-page/>

#### ➤ **Pour votre communication interne**

L'association pourra ouvrir un, voire des groupes privés.

Objectif : réunir des personnes afin de favoriser les échanges et faciliter l'organisation. Exemples : un groupe pour vos adhérents où ils s'échangeront leurs bons plans, leurs conseils... Ou un groupe privé pour organiser des maraudes, des réunions avec les bénévoles.

### **Conseils de l'experte**

L'abonnement à votre page ne garantit pas que vos publications soient bien diffusées à TOUS vos abonnés. S'ils n'interagissent pas avec la page, ils ne recevront plus les publications. C'est bien évidemment impensable pour un média. En effet, même si vous ne lisez pas votre journal, vous continuerez à le recevoir. Mais Facebook n'est pas un média, c'est un vendeur d'espaces publicitaires. L'algorithme choisit à qui les publications sont diffusées. Si les clients paient pour sponsoriser leurs posts, ils seront mieux diffusés.

Autre élément à prendre en compte dans l'efficacité de votre communication sur une page Facebook. En 2018, l'algorithme de distribution des posts a changé. Les publications issues des pages ont été reléguées au bénéfice de celles issues des profils. Donc, pour rester bien diffusées, les pages n'avaient plus qu'à sponsoriser les publications ! Juteux pour Facebook, beaucoup moins pour les pages touchées de plein fouet. Pour autant, ne jouez pas au plus malin ! Ne publiez pas vos publications sur un profil. Primo, les profils sont réservés aux personnes (Facebook fait la chasse aux faux profils) et secundo, si la personne aux manettes du profil quitte l'association, vous perdez tout !

### 2/ Ne pas réfléchir au nom d'utilisateur

Soyez stratège dans le choix du nom d'utilisateur. Comment le reconnaître ? Ce nom est précédé d'une arobase @.

Objectif : être « trouvable » sur Facebook et ensuite, mentionné dans des publications par d'autres membres du réseau.

Exemple : pour la page Facebook d'Associathèque, c'est @associatheque.association L'ajout d'association permet un meilleur référencement lorsque les membres du réseau social saisissent ce mot dans le moteur de recherche de Facebook.

### 3/ Une photo de bannière qui ne parle pas

Au premier coup d'oeil, les internautes doivent comprendre ce que fait l'association. Donc, choisissez un visuel (photo ou vidéo) qui vous ressemble. Exemple : une photo de vos adhérent.es en action.

Attention au droit à l'image ! Mentionnez toujours le/la photographe.

#### **Conseil de l'experte**

Grâce au service en ligne Canva, vous pourrez créer très aisément une série de photo de couverture à partir de modèles prêt-à-porter. Si vous avez une charte graphique, veillez à la respecter dans le choix des couleurs et des polices.

Facebook recommande une image de bonne résolution, au format PNG avec une taille inférieure à 99KB.

### 4/ Oublier que le/la président/e doit être administrateur/trice de la page

Le/la président/e étant le responsable de toutes les publications de l'association, il est obligatoire qu'il/elle soit administrateur/trice.

D'autant que, comme président/e, mieux vaut aussi garder un œil sur les publications et les réactions. Et le cas échéant, se préparer à intervenir. Car la crédibilité de l'association est mise sur la sellette à cause de la viralité des réseaux sociaux. Des « bouche à oreille » négatifs ( bad buzz » peuvent se diffuser très, très vite. Autre situation gênante : Facebook bloque votre page. Cela est déjà arrivé à des associations . Il faut réagir immédiatement !

Aussi, afin de suivre les activités sur la page, installez l'application « Facebook » et « Gestionnaire de pages » sur votre smartphone.

### 5/ Choisir la mauvaise catégorie de page

Attention ! Choisissez la catégorie « Entreprise ou Marque » et ensuite la sous-catégorie « Organisation à but non lucratif » ou « ONG ». Pourquoi ? Sinon, les boutons de collecte de don ne pourront pas s'afficher sur votre page. Ce serait bien dommage si votre association a besoin de dons pour vivre.

#### **Conseil de l'experte**

Activez aussi les réponders automatiques, dans « Paramètres », « Messagerie » et « Assistant de réponse », et personnalisez les messages des réponders automatiques. Par exemple, en indiquant le prénom de l'animateur/trice de la page.

➤ Pour aller plus loin :

- [5 erreurs sur Facebook \(2<sup>ème</sup> partie\)](#)
- [Les réseaux sociaux](#)
- [Droit à l'image : utiliser photos et vidéos les yeux fermés](#)
- [Site Canva](#)

*Évelyne Jardin pour Associathèque*