



Communiquer sur les réseaux sociaux (janvier 2014)

Véritables outils créateurs de lien social, d'expression et d'information, les réseaux sociaux numériques permettent à tous ceux qui les utilisent de communiquer autrement, virtuellement. Cette révolution numérique est une carte à jouer pour vous, associations. Le temps est venu de vous montrer, de vous faire connaître : exposez-vous... mais prenez garde ! La rigueur est de mise car ces nouveaux supports garderont de vous une marque indélébile. Internet laisse peu de place à l'erreur. Votre présence sur les réseaux sociaux devra donc être préparée et contrôlée.

L'intérêt des réseaux sociaux

Le fait de se positionner sur les réseaux sociaux présente diverses utilités. Chaque association, selon son projet associatif et les objectifs qui en découlent, trouvera son ou ses propre(s) intérêt(s) à utiliser les réseaux sociaux. Votre présence sur les réseaux sociaux pourrait ainsi être l'occasion de :

- **développer votre notoriété** ;
- **recueillir des dons** en sollicitant les donateurs habituels et en touchant également de nouveaux donateurs ;
- **créer et animer un réseau de dialogue entre bénévoles**, voire constituer un réseau de recrutement et d'animation ;
- **prendre le relais des techniques de « street marketing »** en ancrant dans le temps le message de l'association.

Les choses à faire

Lorsqu'une association souhaite exister sur les réseaux sociaux, il est important qu'elle s'y prépare, notamment par le biais de ses ressources humaines. S'agissant du choix de la personne gestionnaire du réseau, il sera judicieux de **préférer un collaborateur expérimenté** au détriment d'un junior, qui, bien qu'utilisant de manière intuitive ces outils, sera moins chevronné et, de fait, moins écouté. En outre, **la formation du collaborateur** à l'usage du réseau social est un enjeu considérable pour l'association, au même titre que **la mobilisation des autres collaborateurs et bénévoles** qui sont souvent déjà très présents sur les réseaux sociaux à titre personnel.

La place de l'association sur les réseaux sociaux suppose également de penser et **d'organiser une campagne de communication**. L'impact ressenti pourrait ainsi être identique à celui d'une campagne de distribution de tracts dans la rue. Pour réussir sa mise en place, il est important de veiller à :

- intervenir lors de **campagnes ciblées** ;
- s'adresser à une **audience réceptive** ;
- **investir peu** mais de **manière continue**.

Les écueils à éviter

L'idée reçue selon laquelle les réseaux sociaux constituent un média à part entière pousse certaines associations à vouloir contrôler leur image dans toutes ses dimensions. Cependant, il est **inutile de répertorier les différentes occurrences** dans lesquelles l'association apparaît, vous perdriez votre temps et votre énergie. Il faut se faire à l'idée que **l'on ne peut pas tout contrôler** !

Autre idée reçue devant être mise à mal : les réseaux sociaux numériques sont des outils « incontrôlables ». En effet, ils peuvent constituer un danger, mais ni plus ni moins que les autres moyens de communication... Ainsi, bien que les réseaux sociaux soient largement ouverts, il y a peu de chances que les internautes prennent davantage de dispositions pour nuire à l'association.

La méthodologie à adopter

Tout est question de méthode ! La présence de l'association sur les réseaux sociaux ne s'improvise pas. Ainsi, la définition et l'organisation d'un projet sur les réseaux sociaux supposent le respect de trois étapes fondamentales :

- **l'installation d'un comité de projet** pour mettre en place ledit projet ;
- **l'établissement d'une charte d'usage des réseaux sociaux** incitative et réaliste ;
- **l'élaboration d'un programme de formation** pour accompagner toutes les personnes concernées.

Important : les bonnes raisons de ne pas délaissier les réseaux sociaux

Les nouvelles technologies sont en marche et même si l'inconnu cache de nombreuses interrogations, il est important de saisir la chance qui vous est donnée de **vous moderniser et de suivre la tendance**. Écarter l'association du phénomène risquerait fatalement d'affaiblir la position de l'association, notamment vis-à-vis de ses donateurs.

L'enjeu d'une place sur les réseaux sociaux numériques est d'autant plus grand qu'il est nécessaire de vous **positionner par rapport à d'autres organisations** déjà présentes. Ainsi, comme le veut l'adage : **premier arrivé, premier servi !** Plus vous serez présent en amont sur les réseaux, plus votre place sera grande. Et puis, qui de mieux placé que vous pour parler de votre association ?

Pour aller plus loin

- [Guide communication, voir la rubrique « les réseaux sociaux ».](#)
- [Guide communication, voir la rubrique « le cadre juridique ».](#)
- Hervé Garrault, Communication et marketing de l'association, Juris Éditions – Dalloz, collection « Le Juri'Guide », 2008.

Juris Éditions pour le Crédit Mutuel