



Réseaux Sociaux & Stratégies

Sommaire

- Introduction
- Stratégies
- Types de réseaux sociaux
 - Réseaux principalement texte
 - Réseaux principalement vidéo
 - Réseaux hybrides
 - Réseaux de messages à larges audiences
- Outils



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Introduction

Introduction

- Chaque réseau social fonctionne selon ses codes et ses normes, qui ne sont pas forcément explicites.
- Établir une audience et/ou une communauté nécessite, en amont, de se poser les bonnes questions pour être un minimum audible parmi le flot d'utilisateurs, car, rapidement avec un message mal adapté à la plateforme, on se retrouve avec des résultats contre-productifs et chronophages.



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Stratégies

Stratégies

Voici quelques réflexions à se poser en amont pour établir sa stratégie :

- Pour qui, quelle cible ?
 - *Jeune, vieux, audiophile, suivi d'actus*
- Dans quels buts ?
 - *Engagement, entraides, accroissement de lecteurs, news, explications*
- Avec quels moyens ?
 - *Une personne en plus d'autres missions, équipe dédiée, contenu type par réseau social, publication croisée sur tous les réseaux en même temps*

Stratégies

- Quelle type de contenus ?
 - *Messages texte ou relais de news généraliste (Le Monde, France Info, etc...) ou relais de news hébergées sur le site de la radio*
 - *Photos des évènements, des coulisses, affiche officielle, ou fiches pratiques de sujets d'actualités*
 - *Vidéos des évènements, des actualités, des coulisses, explications de sujets, ou animation de communautés*
 - *Contenus identiques en rotation pour annoncer les émissions ou contenus variés spontanés qui collent aux actualités*
 - *Approche transmédias : plusieurs contenus différents sur un même sujet entre antenne, réseaux sociaux, site internet, podcasts...*
- Quel ton ?
 - *Sérieux, humoristique, spontanée, écrits, neutre, ou familier*

Stratégies

- Quel fréquence ?
 - *Réguliers avec créations de rdv fixe, au fil de l'eau, au début de certaines émissions, une combinaison de tout ça selon le contenu et le média*

En fonction de son ou de ses choix, il n'y a pas le ou les mêmes Réseaux Sociaux, ni la même quantité de travail en amont.

Garder à l'esprit, que tout évolue, et particulièrement les Réseaux Sociaux, leurs codes et leurs règles sont à la fois dictées par les plateformes, mais aussi par les utilisateurs, c'est une certaine charge mentale de rester à jour et pertinent, d'autant que l'accès de plus en plus facilité aux datas peut biaiser inutilement notre ressenti par rapport à l'accueil des contenus.

Réseaux Sociaux & Stratégies

- Types de Réseaux Sociaux

Types de Réseaux Sociaux

Quelques ordres de grandeurs

- Favoris mondiaux : Instagram, Whatsapp, Facebook, Tiktok, X, Telegram



- En France, moyenne de 5,8 réseaux sociaux par personne
- Favoris Français : Facebook (30M), LinkedIn (27M), Instagram (23M), & Tiktok (15M)



Types de Réseaux Sociaux

Réseaux principalement texte :

- X, Threads, Bluesky, Mastodon



Réseaux principalement vidéo :

- Youtube, Tiktok, Twitch



Réseaux hybrides :

- Facebook, Instagram , LinkedIn



Réseaux de messages à larges audiences :

- WhatsApp, Telegram





Réseaux Sociaux & Stratégies

- Réseaux principalement texte

Réseaux principalement Textes



X

- Utilisateurs actifs : 600 Millions par mois
- Contenus : Textes, photos, vidéos, liens, sondages, messageries, lives
- Contenus dominants : Textes, liens
- Population : Moyenne d'âge distribué équitablement, nombreux bots et faux comptes
- Regards critiques : Perte de vitesse flagrante depuis le rachat par Elon Musk, règles aléatoires et changeante, beaucoup d'arnaques, forte toxicité, incitation à l'abonnement, live possible mais peu populaire.
- Publications croisées : Oui pour le texte, photos, vidéos, et liens. Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Instagram, Facebook, Tiktok, Twitch, et Youtube en passant notamment par un PC équipé d'OBS.

Réseaux principalement Textes



Threads

- Utilisateurs actifs : 150 Millions par mois
- Contenus : Textes, photos, vidéos, liens, sondages
- Contenus dominants : Textes, photos, forte synergie avec Instagram, et dans une moindre mesure avec Facebook
- Population : + de 25 ans principalement, peu de bots et de faux comptes pour le moments
- Regards critiques : Plutôt sain, relativement jeune, avec un bon taux de croissance, la mise en avant de certains contenus n'est pas claire, par exemple : les sujets en rapport avec la politique sont invisibilisés
- Publications croisées : Pas encore (début de l'été 2024), possible future intégration avec Bluesky et Mastodon de manière plus ou moins officielle

Réseaux principalement Textes

Bluesky

- Utilisateurs actifs : 1,6 Millions par mois
- Contenus : Textes, photos, liens, messageries
- Contenus dominants : Textes, liens
- Population : Restreinte, pic suite au rachat de Twitter, pic à nouveau lors du passage comme application publique, mais depuis décroissance
- Regards critiques : Plutôt sain, relativement jeune, la modération et l'algorithme sont personnalisables, possible future intégration avec Threads et Mastodon
- Publications croisées : Oui pour le texte, photos, et liens.



Réseaux principalement Textes

Mastodon



- Utilisateurs actifs : 1 Million par mois
- Contenus : Textes, photos, vidéos, liens, sondages (photos/vidéos sous conditions selon le serveur)
- Contenus dominants : Textes, liens
- Population : + de 35 ans principalement, moins d'utilisateurs mais en croissance stable, aspect très communautaire avec beaucoup d'interaction avec les vrais personnes (en opposition avec les marques, et les robots)
- Regards critiques : Sain et bienveillant mais avec des codes et une modération plus ou moins stricte selon les serveurs, fonctionnement atypique avec serveurs décentralisés. Un peu plus complexe au premiers abords pour choisir son serveur (possibilités d'avoir le sien, avec ses propres règles). Vraie possibilité de créer une communauté, moyennant un investissement de temps conséquent. Possible future intégration avec Threads et Bluesky (selon, là encore, le serveur)
- Publications croisées : Oui pour le texte, photos, vidéos, et liens



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Réseaux principalement vidéo

Réseaux principalement Vidéos

Youtube

- Utilisateurs actifs : 2,5 Milliards par mois
- Contenus : Vidéos, story (Shorts), lives
- Contenus dominants : Vidéos de 15mn environ, Shorts de 30s
- Population : 25 - 44 ans principalement
- Regards critiques : Algorithme très sensible à la viralité, contenus massifs et diversifiés, toujours en croissance, mais commentaires assez toxique, modération aléatoire avec détection de certains mots clés dans la vidéo ou de certaines musiques sous licence, pouvant aller de la démonétisation au bannissement du compte, en passant par l'invisibilisation de la vidéo. Au delà de ça, bonne plateforme pour faire des lives, avec de l'interaction avec les spectateurs.
- Publications croisées : Partiellement, les Shorts (story) peuvent l'être sur Tiktok, et Instagram (Reel). Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Instagram, Facebook, Tiktok, Twitch, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS.



Réseaux principalement Vidéos

Tiktok

- Utilisateurs actifs : 1,5 Milliards par mois
- Contenus : Vidéos, lives, photos (carroussel), story
- Contenus dominants : Vidéos de 1mn et moins, lives
- Population : 18 – 25 ans principalement, avenir incertain au vu des possibles interdictions aux US et en Europe
- Regards critiques : Algorithme très sensible à la viralité, son fonctionnement est assez flou et aléatoire mais très précis pour cibler les goûts des utilisateurs. Le contenu se doit d'être le plus court et le plus percutant possible, pour exister il faut s'investir énormément, car il faut suivre les tendances du moments au plus près, tout en l'adaptant à son propos, et multiplier les interactions avec les autres utilisateurs.
- Publications croisées : Oui, vers Youtube et Instagram. Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Instagram, Facebook, Twitch, Youtube, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS.



Réseaux principalement Vidéos



Twitch

- Utilisateurs actifs : 35 Millions par jour
- Contenus : Lives, replays, story
- Contenus dominants : Lives
- Population : 18 - 34 ans principalement
- Regards critiques : Plateforme à l'origine très tournée vers le jeu vidéo, mais de plus en plus de créateurs orientés musique, politique et débats. Besoin de modérateurs, car grosses interactions avec les spectateurs, qui peuvent vite devenir toxiques selon le sujet abordé. Quant à la modération de la plateforme, elle, peut vite faire du zèle vis à vis des contenus sous licence, en supprimant la monétisation, les replay, l'audio, pour une simple musique d'ambiance, ou des propos interprétables.
- Publications croisées : Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS.



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Réseaux hybrides

Réseaux Hybrides

Facebook



- Utilisateurs actifs : 3 Milliards (réseau favoris des 55 - 64 ans)
- Contenus : Textes, photos, vidéos, liens, groupes, story, lives
- Contenus dominants : Textes, vidéos de moins de 5mn, lives, liens, groupes
- Population : 35 – 64 ans principalement
- Regards critiques : En perte de vitesse depuis quelques années, avec notamment une base utilisateur de plus en plus vieille, elle reste malgré tout une valeur sûre par l'étendue de ses fonctionnalités et l'intégration avec Instagram et Threads. La possibilité de créer des groupes peut être intéressante pour créer des communautés et apporter du lien, mais avec de la modération active, car les arnaques, ou les dérapages toxiques arrivent rapidement.
- Publications croisées : Oui pour les textes, photos, et liens. Forte synergie avec Instagram & Threads pour tous types de contenus. Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Instagram, Tiktok, Twitch, Youtube, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS.

Réseaux Hybrides

Instagram



- Utilisateurs actifs : 2 Milliards (réseau favori des 16 - 34 ans)
- Contenus : Photos, vidéos (Reels), story, liens (limités), canaux, lives
- Contenus dominants : Story, photos, Reels d'une minute et moins
- Population : Moyenne d'âge distribué équitablement, beaucoup de faux comptes, et de bots
- Regards critiques : L'algorithme favorise les Reels, les lives permettent moins d'interactions qu'ailleurs. Les canaux sont intéressants pour publier des messages à large audience uniquement aux followers, réponse uniquement par réactions. Au-delà de ça, pas mal d'arnaques, de spam, gestion de certains sujets (politique) assez opaque, avec une modération à géométrie variable. Enfin, gestion des liens étrange, uniquement sur le profil ou en Story, c'est problématique pour renvoyer vers un site ou un podcast.
- Publications croisées : Oui pour les photos, story et Reels. Forte synergie avec Facebook & Threads pour tous types de contenus. Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Facebook, Tiktok, Twitch, Youtube, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS.

Réseaux Hybrides

LinkedIn

- Utilisateurs actifs : 1 Milliard
- Contenus : Textes, photos, vidéos de moins de 2mn
- Contenus dominants : Textes, photos
- Population : 25 – 44 ans, majoritairement en lien avec l'activité professionnelle
- Regards critiques :
- Publications croisées : Les lives peuvent être diffusés en même temps sur Facebook, Instagram, Tiktok, Twitch, Youtube, et X en passant notamment par un PC équipé d'OBS et de Restream.



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Réseaux de messages à larges audiences

Réseaux de Messages à Larges Audiences

WhatsApp



- Utilisateurs actifs : 2 Milliards (réseau favori des 35 - 54 ans)
- Contenus : Messages, story, canaux, sondages
- Contenus dominants : Messages, canaux
- Population : Moyenne d'âge distribué équitablement
- Regards critiques : Principalement utilisé pour les messages, ou les groupes, il y a la possibilité de publier des stories, et surtout les canaux, qui permettent tout comme sur Instagram de publier des messages à large audience uniquement aux followers, réponse par réactions uniquement, par défaut une publication n'envoie pas de notifications, la fonctionnalité n'étant pas encore rentrée vraiment dans les habitudes, les utilisateurs ne vont pas forcément dans l'onglet dédié.
- Publications croisées : Non pour le moment, mais à termes, Méta devrait permettre le partage de statut, de story, de photos, et de canaux depuis Facebook/Instagram/Threads

Réseaux de Messages à Larges Audiences



Telegram

- Utilisateurs actifs : 800 Millions
- Contenus : Messages, story, canaux, sondages
- Contenus dominants : Messages, canaux
- Population : Moyenne d'âge distribué équitablement
- Regards critiques : Principalement utilisé pour les messages, ou les groupes, il y a la possibilité de publier des stories, et surtout les canaux, qui permettent tout comme sur Whatsapp de publier des messages à large audience uniquement aux followers, avec pour seule possibilité d'y répondre par des réactions.
- Publications croisées : Officiellement non, mais par l'utilisation d'un bot, certaines choses sont possibles.



Réseaux Sociaux & Stratégies

- Outils

Outils

Vidéos, Photos, montage

- *Capcut* (PC, Mac, Android, iOS) | Tarifs : Gratuit avec limitations, version Pro à 11,99€/Mois
 - Regards critiques : puissant, interface simple, la version gratuite est suffisante pour la plupart des besoins, forte intégration avec Tiktok, peut aussi servir à éditer les photos, et générer des sous-titres
- *Canva* (PC, Mac, Linux, Android, iOS) | Tarifs : Gratuit avec limitations, version Pro à 11,99€/Mois mais gratuite pour les organisations à but non lucratif
 - Regards critiques : Aussi doué dans la photo, la vidéo, l'illustration, c'est le principale concurrent de Capcut, il propose un peu moins de fonctionnalités vidéos, mais davantage sur l'édition et la photo, et avoir la version Pro gratuite pour les associations est un vrai plus

Outils

Vidéos, Photos, montage

- *Adobe Express* (PC, Mac, Android, iOS) | Tarifs : Gratuit avec limitations, version Premium à 11,99€/Mois
 - Regards critiques : Adobe est la référence du monde « pro » pour l'édition photos, les illustrations, et la vidéo. Express capitalise sur cette image pour être le concurrent « pro » de Canva et Capcut. Certes, très puissant, voire trop, l'ergonomie est plus discutable, surtout en étant pas un habitué des produits Adobe, il dispose de moins d'outils collaboratifs que ses concurrents, et la version gratuite est très limitée
- *Pixlr* (PC, Mac, Android, iOS) | Tarifs : Gratuit avec limitations et pubs, version Plus sans pub à 1,99\$/Mois, et Premium pour toutes les fonctions à 7,99\$/Mois
 - Regards critiques : L'atout principal est sa retouche photos facile et rapide, il se rapproche plus de Photoshop que de Canva, il s'appuie fortement sur l'IA, ce qui donne des résultats plus ou moins aléatoires selon ce qu'on recherche, mais il ne gère pas la vidéo, et son ergonomie n'est pas la meilleure

Outils

Live

- *OBS Studio* (Windows, Mac, Linux) | Tarifs : Gratuit
 - Regards critiques : OBS est la référence quand il s'agit de streamer en live, que ce soit du jeu vidéo ou de la musique, ou n'importe quel flux audio/vidéo. Très puissant et flexible, il doit s'installer sur PC/Mac/Linux assez puissant pour gérer l'encodage du/des flux vidéos en direct. Il gère nativement, entre autres, Facebook, Instagram, TikTok, Twitch, X, et Youtube.

Live multi-plateformes

- *Restream* | Tarifs : Gratuit pour 2 Plateformes (720P), 16\$/Mois pour 3, 39\$/Mois pour 5 (1080P)
 - Regards critiques : Pour stream sur plusieurs plateformes simultanément, il faut interfacer OBS à un service tiers, Restream est le plus connu et le plus simple, il permet même de rassembler les différents chats des spectateurs à un seul endroit, mais est limité en qualité

Outils

Live multi-plateformes

- *Castr* | Tarifs : 19,99\$/Mois pour 6 plateformes avec une limite de 200GB de trafics
 - Regards critiques : Il offre beaucoup plus d'options et de flexibilité que Restream, mais pas de version gratuite, et il y a une limite de trafic mensuel.

Live multi-flux

- *OBS RTMP* | Tarifs : Gratuit
 - A noter qu'il est aussi possible de faire des lives à plusieurs cameras en utilisant OBS, juste en installant RTMP, par contre, plus on multiplie les sources vidéos, plus il faut de débits internet et de puissance d'encodage.

Outils

Publications croisées

- *Hootsuite* | Tarifs : Pro à 24,50\$/Mois (10 réseaux) pour les associations (au lieu de 99\$/Mois)
 - Regards critiques : Gestion centralisée, programmation de messages multi-plateformes, gestion des commentaires de tous les réseaux au même endroit, la version Pro comprends en plus une gestion d'équipes, mais l'interface est complexe
- *Buffer* | Tarifs : Gratuit avec limitations (3 profils), Essentiels à 6\$/Réseau/Mois, -50 % sur les tarifs pour les associations
 - Regards critiques : Publication de contenu centralisée, très facile d'utilisation, recommandations. La version Pro ne comprends pas l'aspect gestion d'équipe, et l'aspect programmation de publications est moins poussée, ce qui explique la différence de tarifs avec Hootsuite

Outils

Publications croisées

- *Swello* | Tarifs : Medium à 11,90€/Mois pour 5 réseaux, Large à 35,90€/Mois pour 15 profils, -50 % sur les tarifs annuels pour les associations
 - Regards critiques : La programmation de posts, et la gestion d'équipes sont dans l'offre Medium, mais l'analyse, et la veille de sujets ne sont qu'à partir de l'offre Large. Les réseaux sont par contre limités à Facebook, Instagram, LinkedIn, et X ce qui explique le prix plus bas, que les autres alternatives
- Méta | Tarifs : Gratuit
 - Regards critiques : Pour une présence sur Facebook/Instagram/Threads (bientôt), les outils intégrés de Méta suffise pour à minima, poster simultanément les messages, story, et vidéos sur plusieurs comptes et pages.