

Pour les producteurs désireux de développer leur présence en ligne.

Trousse « médias sociaux » pour les PRODUCTEURS

Apprenez :

Comment utiliser
4 plateformes
de médias sociaux

Comment créer un profil

Quelques astuces pour
de meilleures pratiques





Tél : 613-241-2800 | Courriel : ppc@poulet.ca

www.poulet.ca | www.producteursdepoulet.ca

Table des matières

Que sont les médias sociaux?	4
Choisir une plateforme	5
Dictionnaire des médias sociaux	6
Twitter	8
Se lancer	8
Créer des gazouillis	10
Confidentialité	10
Mots-clics	11
Facebook	12
Créer un compte	12
Créer une publication	14
Pages Facebook	15
Groupes Facebook	15
Événements Facebook	15
Confidentialité	15
Instagram	17
Se lancer	17
Faire sa première publication	19
Options de publication supplémentaires	20
J'aime et commentaires	20
Confidentialité	20
YouTube	21
Pinterest	22
LinkedIn	23
Meilleures pratiques pour les médias sociaux	24
Créer une présence sur les médias sociaux	24
Ne pas nourrir les trolls	24
Faire ressortir son contenu	24
Abréger les URL	25

Que sont les médias sociaux?



Veillez noter que les étapes peuvent varier légèrement lorsque vous utilisez des applis ou des navigateurs mobiles.

Les médias sociaux connaissent un essor rapide depuis plus d'une décennie. Ces moyens de communication ont changé notre façon d'interagir les uns avec les autres en ligne, et même en personne. Certaines plateformes Internet qui sont principalement accessibles au moyen d'ordinateurs et d'appareils mobiles permettent de créer du « contenu généré par les utilisateurs », de partager de l'information ou de discuter du contenu en ligne. Ce contenu généré par les utilisateurs, lorsqu'il est jumelé aux interactions des utilisateurs, est au cœur de ces médias (d'où le nom de médias sociaux), et de nombreuses plateformes sont conçues pour que les utilisateurs puissent entrer en contact les uns avec les autres ou créer des liens qu'ils n'auraient possiblement jamais pu créer autrement.

Par ailleurs, les médias sociaux permettent aux entreprises de communiquer avec les consommateurs sur un plan plus personnel et de manière pratiquement instantanée. Utilisés correctement, les médias sociaux sont aussi un excellent moyen de promouvoir des produits, de repérer les influenceurs et de bâtir un public en ligne avec lequel vous pouvez échanger pour vendre des produits ou diffuser un message positif sur votre entreprise. En agriculture, les médias sociaux peuvent aider les producteurs à créer une communauté de personnes qui partagent les mêmes idées, ou servir d'outils pour dissiper de fausses informations. Ils aident d'ailleurs les Producteurs de poulet du Canada à entrer en contact avec les Canadiens et Canadiennes qui consomment du poulet et à leur fournir des renseignements sur leurs produits.

Ce guide sur les médias sociaux est destiné aux producteurs qui désirent bâtir leur présence en ligne, mais qui ne savent pas vraiment par où ou comment commencer. Il couvre les bases d'utilisation des quatre plateformes de médias sociaux principalement utilisées par les Producteurs de poulet du Canada. Il vous dirigera dans la création d'un compte et vous apprendra comment l'utiliser et, surtout, il vous proposera des conseils sur les meilleures pratiques. Toutes les étapes de configuration décrites dans ce guide sont présentées en tenant pour acquis que vous utilisez un navigateur Web à partir d'un ordinateur ou d'une tablette. La seule exception est Instagram, une plateforme strictement réservée aux appareils mobiles.

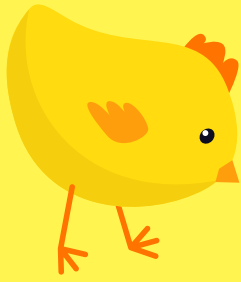
Choisir une plateforme

Les médias sociaux vous permettent de créer une communauté à qui vous transmettez des informations, et cette communauté a une portée qui va bien au-delà de votre cercle social habituel. Vous pouvez entrer en contact instantanément avec d'autres producteurs, des consommateurs ou d'autres parties concernées de partout dans le monde et entamer une conversation virtuelle avec eux.

Le choix de la plateforme dépend avant tout des personnes avec qui vous désirez communiquer et de la manière dont vous voulez entrer en contact avec eux. Par exemple, Instagram est une plateforme axée sur les images qui vous permet de partager des photos et des vidéos. De son côté, Twitter est une plateforme axée sur le texte, et chaque gazouillis (*tweet*) est limité à 280 caractères. De nombreuses plateformes sont interconnectées et vous permettent de partager une publication dans différents formats dans tous vos comptes de médias sociaux. Toutefois, pour augmenter votre nombre de « vues », il est recommandé de créer des publications individuelles pour chaque compte afin de générer du trafic vers chacun d'eux.



Plate-forme	Principale fonction	Texte	Images	Vidéos	Messages directs	Entreprises
Facebook	Fonction sociale.	Du texte peut être partagé dans les publications.	Les images peuvent être téléchargées dans des albums ou associées à une publication.	Des vidéos peuvent être publiées ou partagées à partir d'autres plateformes.	Possible; en fonction des paramètres de confidentialité.	Les entreprises peuvent créer une page Facebook.
Twitter	Fondée sur le texte.	Limite de 280 caractères.	Des images peuvent être téléchargées avec un gazouillis.	Des vidéos peuvent être téléchargées avec un gazouillis.	Possible; en fonction des paramètres de confidentialité.	Aucune différence entre les comptes personnels et d'entreprise.
Instagram	Partage d'images.	Le texte peut être associé aux images ou doit faire partie du fichier de l'image.	Des images doivent être téléchargées avec chaque publication. Plusieurs images peuvent accompagner la même publication.	Des vidéos d'une durée maximale de 60 secondes peuvent être publiées.	Possible, mais les deux comptes doivent être abonnés l'un à l'autre. Les messages directs d'utilisateurs inconnus doivent être acceptés par le destinataire.	Les comptes personnels peuvent être transformés en comptes d'entreprise.
YouTube	Partage de vidéos.	Une description textuelle peut être inscrite sous la vidéo ou dans la vidéo.	Des images doivent faire partie de la vidéo.	Les vidéos peuvent être téléchargées dans une chaîne.	Possible.	Des comptes de marque peuvent être créés pour des chaînes avec plusieurs utilisateurs.
Pinterest	Partage d'images.	Une description textuelle peut être incluse avec l'épingle.	Des images peuvent être épinglées à partir d'autres sites ou téléchargées par l'utilisateur.	Une image fixe provenant d'une vidéo sera publiée et servira de lien vers la vidéo originale.	Possible.	Aucune différence entre les comptes personnels et d'entreprise.
LinkedIn	Création de contacts professionnels.	Des publications textuelles peuvent être créées et partagées.	Des images peuvent être téléchargées avec une publication.	Impossible de télécharger une vidéo, mais on peut créer un lien vers YouTube.	Possible.	Les entreprises peuvent créer une page LinkedIn.



Puisque les médias sociaux imposent maintenant également leur présence dans le monde hors ligne, bon nombre de ces termes sont couramment utilisés dans les conversations à l'oral.

Dictionnaire des médias sociaux

La popularité montante des médias sociaux a mené à la création d'un nouvel ensemble de termes qu'il est utile de connaître. Puisque les médias sociaux imposent maintenant également leur présence dans le monde hors ligne, bon nombre de ces termes sont couramment utilisés dans les conversations à l'oral. Voici une liste de termes utilisés sur plusieurs plateformes. Les termes spécifiques à une plateforme seront répertoriés dans leur rubrique respective.

MD : MD est l'acronyme de « message direct ». Toutes les plateformes de médias sociaux offrent l'option d'envoyer des messages privés aux autres utilisateurs plutôt que de communiquer avec eux publiquement. Ces messages se nomment des MD.

Émoji/émoticône : Au départ, les émoticônes étaient formées d'une combinaison de symboles permettant de transmettre une expression (😄 ou 😊 par exemple). Aujourd'hui, les gens utilisent plus souvent les émoticônes sous la forme de petites images numériques qui proposent un très grand éventail d'expressions, de couleurs, et même d'animaux, d'aliments et d'autres objets inanimés. Les émoticônes contribuent à ajouter de l'émotion au message, ce qui est souvent utile pour s'assurer que vous vous faites bien comprendre sans l'aide de votre langage corporel. Une utilisation excessive d'émoticônes peut toutefois donner une image amateur, voire robotique à votre message. Notez que de nombreux dispositifs prennent désormais en charge leurs propres ensembles et styles d'émoticônes. Il est ainsi possible que tous ne voient pas la même image et que certains ne voient pas d'image du tout.

Abonné (suivre) : Un abonné est un utilisateur qui s'inscrit pour recevoir des mises à jour lorsque vous faites des publications. Lorsque vous « suivez » un autre compte, vous devenez l'un de ses abonnés. Certaines plateformes ont des termes différents pour exprimer ce rôle. Sur LinkedIn, les abonnés sont des « relations » et sur Facebook, ce sont des « amis »; dans le cas de Facebook, les utilisateurs peuvent « aimer » une page pour la suivre.

Mot-clic/mot-dièse (hashtag) : Un mot-clic est un mot ou une expression précédés du dièse (#). Il sert à indexer la publication dans une catégorie. Il identifie un mot clé ou un message qui, sur de nombreuses plateformes, est transformé en lien consultable. Lorsque vous créez un mot-clic, vous devez garder certaines règles à l'esprit. Tous les





Facebook, Twitter, Instagram et Pinterest sont parmi les plateformes qui prennent en charge les mots-clics. Utilisés correctement, ils constituent un excellent moyen de faire apparaître votre message/publication dans un plus grand nombre de fils et de recherches.

mots, nombres ou émoticônes doivent se suivre sans espace et être attachés au symbole (#); il ne doit y avoir aucune ponctuation et aucun espace. Par exemple, le mot-clic #JaimeEleveursdePoulet est couramment utilisé par les Producteurs de poulet du Canada. Facebook, Twitter, Instagram et Pinterest sont parmi les plateformes qui prennent en charge les mots-clics. Utilisés correctement, ils constituent un excellent moyen de faire apparaître votre message/publication dans un plus grand nombre de fils et de recherches.

Réaction « J'aime » : Lorsque vous « aimez » une publication, vous démontrez votre approbation de manière numérique sans avoir à publier de commentaire. Facebook propose maintenant plusieurs types de « réactions » que vous pouvez choisir sous la forme d'une émoticône. D'autres plateformes proposent simplement un cœur sur lequel vous pouvez cliquer pour « aimer » un contenu. Cependant, « aimer » ses propres publications est considéré inapproprié sur toutes les plateformes.

Fil d'actualité : Le fil d'actualité est l'endroit où vous trouvez une liste de toutes les publications des utilisateurs que vous suivez.

Publication/message : Une publication fait référence au contenu téléchargé par un utilisateur sur une plateforme de média social. Le terme publication est dérivé de « publier un message », dans un bulletin communautaire par exemple.

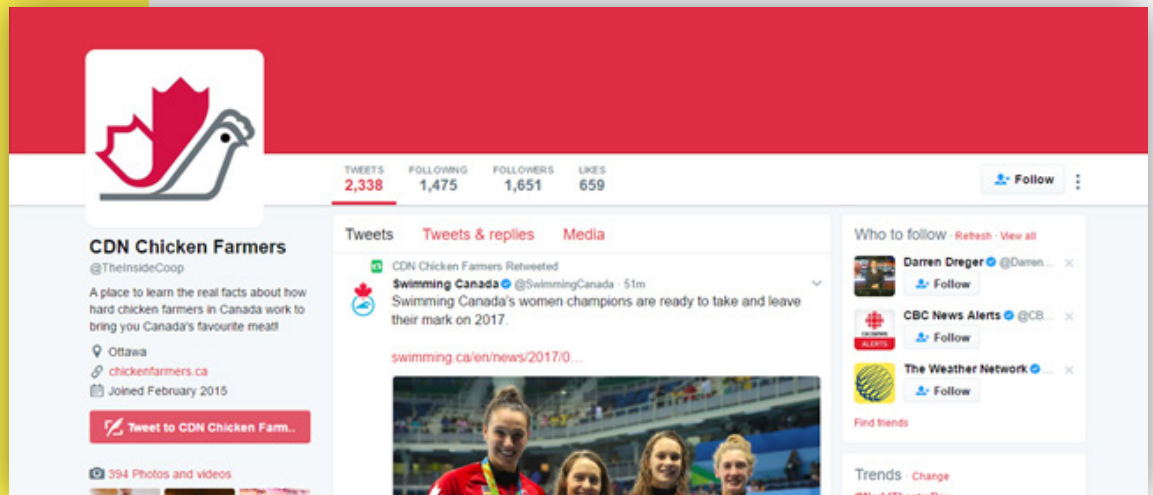
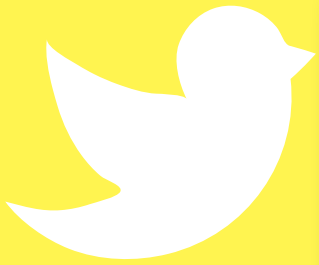
Publication épinglée : Des publications épinglées peuvent être créées sur vos propres comptes Facebook et Twitter. Une publication épinglée reste au sommet de votre page, même si vous ajoutez d'autres publications par la suite.

Étiquette/étiqueter/identifier (tag) : Lorsque vous étiquetez une personne dans une publication, vous attirez l'attention de l'utilisateur vers la publication. Les utilisateurs étiquettent souvent des amis dans des publications qui pourraient les intéresser. Ils peuvent aussi étiqueter des entreprises pour tenter d'attirer l'attention de comptes qui ont un plus grand nombre d'abonnés ou pour porter à votre attention des comptes que vous pourriez vouloir suivre. L'étiquetage fonctionne sur toutes les plateformes et, selon les paramètres de confidentialité, il est public et peut être vu par vos abonnés. Dans certains cas, il peut être vu par les abonnés des comptes étiquetés.

Gazouillis/micromessage (tweet) : Un gazouillis est un message d'au plus 280 caractères que vous publiez sur Twitter. Le message ne peut avoir plus de 280 caractères, mais il peut être plus court.

Partage de gazouillis (retweet) : Lorsqu'un utilisateur fait suivre le gazouillis d'une autre personne sur son propre fil, il s'agit d'un « partage de gazouillis ».

Twitter



Au départ, Twitter a été conçue pour qu'utilisateurs et amis puissent partager de courtes mises à jour rapides en ligne. Les utilisateurs peuvent partager des nouvelles, des blagues ou des réflexions dans leurs gazouillis sous forme de messages limités à 280 caractères.

Suivez les Producteurs de poulet du Canada sur @TheInsideCoop ou sur @chickenfarmers.

Twitter a été créée en 2006. Il s'agit d'une plateforme de médias sociaux basée sur le texte qui compte plus de 313 millions d'utilisateurs actifs. Au départ, Twitter a été conçue pour qu'utilisateurs et amis puissent partager de courtes mises à jour rapides en ligne. Les utilisateurs peuvent partager des nouvelles, des blagues ou des réflexions dans leurs gazouillis sous forme de messages limités à 280 caractères. Des photos ou des vidéos peuvent accompagner un gazouillis. Les possibilités de mises à jour en temps réel de Twitter lui ont valu une grande popularité auprès des journalistes, qui peuvent l'utiliser pour faire part d'événements et de nouvelles à mesure qu'ils se produisent.

Se lancer

Étape 1 : Créer un compte

Twitter est parmi les plateformes les plus faciles à utiliser pour faire ses débuts dans les médias sociaux. Pour créer un compte, visitez twitter.com et cliquez sur « S'inscrire ». On vous demandera de saisir votre nom, votre adresse courriel et un mot de passe. Vous aurez aussi l'option de personnaliser votre compte Twitter en fonction de votre historique de navigation, ce qui signifie que Twitter vous recommandera des comptes qui, selon son évaluation, sont susceptibles de vous plaire. Si vous sélectionnez cette option au moment de votre inscription et que vous décidez par la suite que vous ne souhaitez plus recevoir les recommandations, vous n'avez qu'à vous rendre sur « Confidentialité et sécurité », puis à décocher la case « Personnalisation ».

Join Twitter today.

Full name

Phone or Email

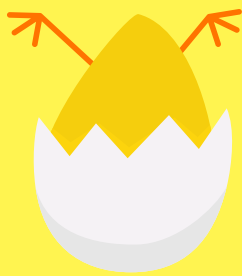
Password

Tailor Twitter based on my recent website visits. [Learn more.](#)

[Sign up](#)

By signing up, you agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#), including [Cookie Use](#). Others will be able to find you by email or phone number when provided.

[Advanced options](#)



Étape 2 : Sélectionner un pseudonyme et trouver des amis

Une fois votre compte créé, vous devrez créer votre pseudonyme. Votre pseudonyme – ou identifiant – est utilisé lorsque vous ouvrez une session et il permet aux utilisateurs de vous trouver et de vous étiqueter dans leurs gazouillis ou leurs images. Les pseudonymes ne comptent pas dans la limite de caractères, mais il est recommandé de créer un pseudonyme facile à retenir pour vous-même et vos abonnés. Après avoir sélectionné un pseudonyme disponible, des renseignements supplémentaires vous seront demandés, notamment votre numéro de téléphone cellulaire et vos centres d'intérêt.

Vous pouvez ignorer les deux demandes, ainsi que la prochaine étape, qui vous met en lien avec les contacts de votre boîte courriel qui sont également sur Twitter. Notez toutefois que Twitter vous demandera de suivre 21 comptes différents avant que vous puissiez vraiment vous lancer. De là, Twitter vous guidera à travers un tutoriel utile pour chaque aspect de votre fil d'actualités, ainsi que pour les fonctions de chaque bouton affiché sur votre écran.

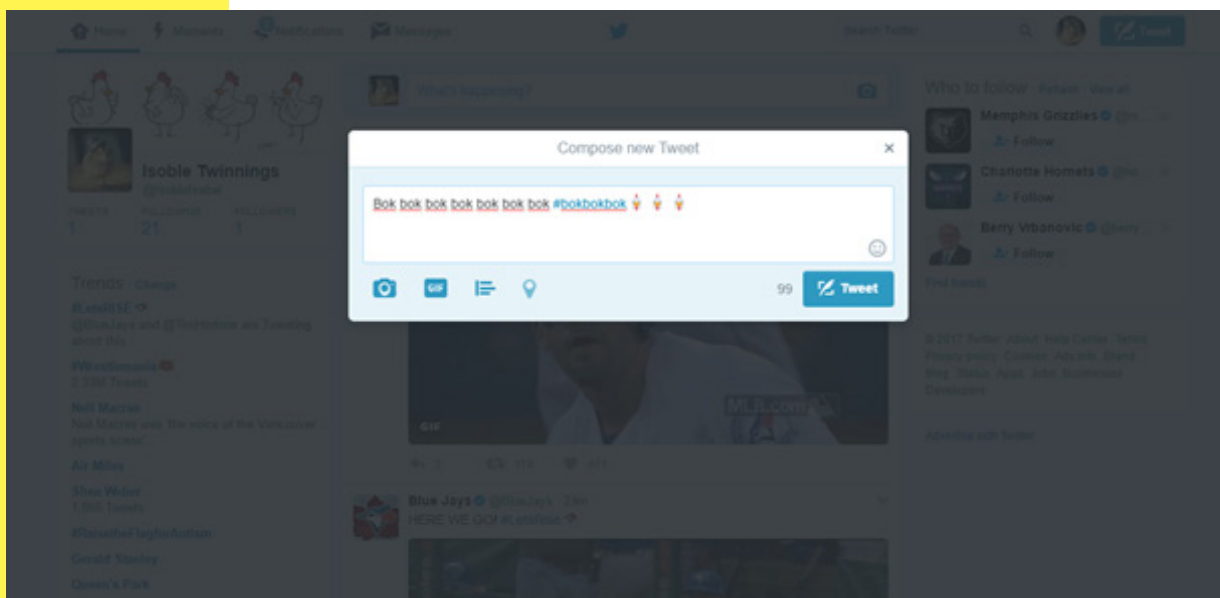
Étape 3 : Créer votre biographie

Afin de mettre en place un profil plus détaillé, appuyez sur l'icône d'œuf orange et blanc dans le coin supérieur droit de votre fil d'actualités. Dans votre profil, vous pouvez voir tous les gazouillis que vous avez publiés, et vous pouvez modifier votre photo de profil et votre photo de couverture. Vous pouvez aussi inclure une courte biographie de 160 caractères. Votre photo de profil est la photo principale qui est affichée avec vos gazouillis et dans la petite case de la partie supérieure, à gauche. Vous avez également la possibilité d'inclure une image d'en-tête. Il s'agit du mince rectangle qui se trouve légèrement derrière la photo de votre profil, en haut de votre page de profil. Notez que Twitter n'accepte que les images présentées dans les formats JPG, PNG et GIF. Pour modifier ces photos, cliquez sur l'option vous permettant de télécharger une image ou de la supprimer. Les utilisateurs qui souhaitent avoir une expérience Twitter plus personnalisée peuvent aussi personnaliser les couleurs de leur thème Twitter en passant par le site de la plateforme (non disponible sur les applications mobiles).



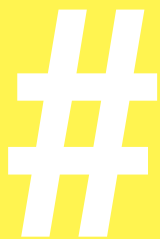
Créer des gazouillis

Il est assez facile de composer un gazouillis. Appuyez simplement sur le bouton « Tweet » bleu et rédigez votre gazouillis dans la fenêtre contextuelle qui s'affiche. Vous pouvez ajouter des photos, des vidéos ou des sondages. Si vous désirez étiqueter un autre utilisateur sur votre gazouillis, placez le caractère « @ » devant son nom d'utilisateur. Dans la plupart des cas, une liste d'utilisateurs est présentée en fonction des lettres que vous saisissez après le caractère @, ce qui vous permet de rechercher et d'étiqueter facilement la bonne personne. Si un utilisateur vous envoie un gazouillis et que vous voulez y répondre, appuyez sur la touche de réponse, ce qui vous permet d'étiqueter l'utilisateur automatiquement dans votre réponse et de lier votre réponse à son gazouillis d'origine. Si vous souhaitez partager le gazouillis d'un autre utilisateur sur votre page, la fonction du partage de gazouillis (*retweet*) vous donne la possibilité de le faire et d'ajouter une remarque, si vous le souhaitez. Les utilisateurs peuvent également envoyer des messages directs (MD) lorsqu'ils préfèrent garder une conversation Twitter privée, mais notez que certains utilisateurs peuvent désactiver la messagerie directe des utilisateurs qu'ils ne suivent pas.



Confidentialité

Certains utilisateurs ne sont pas à l'aise lorsque leurs gazouillis sont vus par tous les utilisateurs de Twitter; ils peuvent donc transformer leur compte pour en faire un compte « privé ». Si c'est ce que vous choisissez, les autres utilisateurs devront demander la permission pour consulter vos gazouillis et vous envoyer un message. Avec un compte privé, les utilisateurs que vous autorisez à vous suivre ne peuvent pas partager vos gazouillis et ne peuvent que les « aimer ». Cela veut aussi dire que vous ne pourrez pas envoyer de gazouillis à des personnes qui ne sont pas vos abonnés. Pour passer d'un compte public à un compte privé, ou pour faire l'opération inverse, accédez à « Paramètres et confidentialité », cliquez sur « Confidentialité et sécurité », puis cochez ou décochez la case « Protéger mes Tweets ».



Les mots-clics sont utilisés pour identifier ou catégoriser le contenu de votre gazouillis, et pour rendre ce dernier visible et consultable dans une conversation en ligne. Vous pouvez repérer un mot-clic avec le symbole dièse (#) qui précède un mot ou un ensemble de mots.

Mots-clics

La popularité des mots-clics (*hashtags*) dans les médias sociaux a commencé avec leurs premiers utilisateurs sur Twitter. Les mots-clics sont utilisés pour identifier ou catégoriser le contenu de votre gazouillis, et pour rendre ce dernier visible et consultable dans une conversation en ligne. Vous pouvez repérer un mot-clic avec le symbole dièse (#) qui précède un mot ou un ensemble de mots. Lorsque vous cliquez sur un mot-clic, on vous redirige vers une page contenant tous les autres gazouillis utilisant cette même étiquette. Twitter affichera sur votre fil d'actualités principal les mots-clics pertinents selon votre région et vos intérêts.

Lorsqu'ils sont utilisés correctement, les mots-clics représentent un bon outil pour étendre la portée de vos gazouillis au-delà de votre groupe d'abonnés. Cependant, la surutilisation et le mauvais usage des mots-clics peuvent attirer une attention non désirée ou, plus simplement, donner un aspect amateur à votre compte. Voici quelques règles recommandées lorsque vous utilisez des mots-clics (ces règles ne sont pas nécessairement suivies par tous les utilisateurs) :

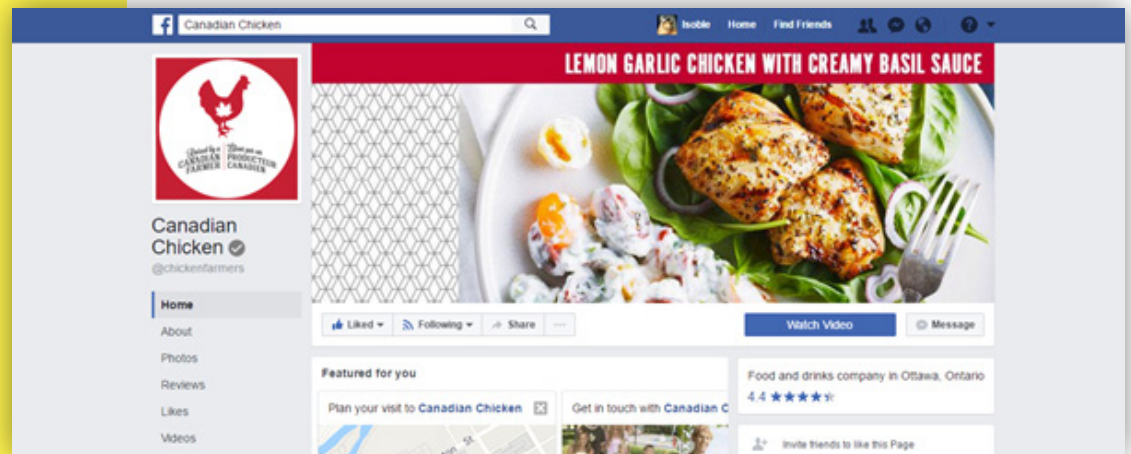
1. N'abusez pas des mots-clics et ne les utilisez pas pour faire du pollupostage. L'attribution d'un mot-clic à chaque mot d'un gazouillis rend ce dernier difficile à lire et donne une #image #amateur #à #votre #compte. Tentez plutôt d'utiliser des mots-clics qui interpellent un public mieux ciblé, des utilisateurs qui partagent les mêmes intérêts, plutôt que d'essayer d'atteindre un public plus large.
2. N'utilisez que des mots-clics pertinents pour votre sujet. Par le passé, de nombreux comptes de médias sociaux de grandes entreprises ont détourné des mots-clics populaires. Cette démarche malheureuse leur a mis la communauté en ligne à dos.
3. Sachez quels mots-clics sont appropriés pour chaque plateforme. Les mots-clics et leur utilisation changent en fonction des plateformes. Sur Instagram, les utilisateurs ont tendance à attribuer des mots-clics plus spécifiques au sujet traité et à ajouter un plus grand nombre de mots-clics qu'ils ne le feraient sur Twitter.
4. Prenez un moment pour apprendre quels sont les mots-clics les plus populaires pour un sujet. De nombreux sites répertorient les mots-clics les plus populaires du jour et vous permettront de rechercher d'autres mots-clics utilisés dans une conversation en ligne. C'est également une bonne idée d'explorer des comptes semblables au vôtre pour repérer les mots-clics utilisés.

Les Producteurs de poulet du Canada utilisent deux mots-clics dans leurs gazouillis quotidiens sur Twitter :

#JaimeEleveursdePoulet est utilisé pour tous les contenus portant sur la production de poulet canadien. Nos programmes de soins aux animaux et de salubrité des aliments à la ferme ainsi que tout ce qui touche la vie quotidienne à la ferme sont présentés sur @TheInsideCoop. Chaque gazouillis qui utilise ce mot-clic est « aimé » par ce compte, et vous pouvez le voir en rotation sur le site producteursdepoulet.ca.

#PouletCanadien est le mot-clic de la marque. Cette marque aide les consommateurs à savoir que le poulet qu'ils achètent a été élevé par un producteur canadien. Ce mot-clic est principalement utilisé sur @chickenfarmers et sur le site poulet.ca, car il est davantage lié aux consommateurs.

Facebook



Aimez la page @chickenfarmers pour trouver d'excellentes recettes, participer à des concours et plus encore!

Avec plus de 1,7 milliard d'utilisateurs actifs chaque mois, il n'est pas étonnant que Facebook soit devenue l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires. Facebook permet aux utilisateurs de communiquer en ligne avec leurs amis et leur famille, de partager des photos et des vidéos, et d'appeler des amis ou de clavarder avec eux. Les entreprises ont également adopté Facebook parce qu'elle constitue un excellent moyen de maintenir des liens plus personnels avec la clientèle.

Votre profil Facebook vous permet d'ajouter des amis, et de publier et partager des images, des mises à jour de votre statut et des liens. Il vous permet en outre de suivre des pages et de vous joindre à des groupes. Votre profil vous représente en tant que personne. Il est principalement centré autour des événements de votre vie et de vos intérêts.

Créer un compte

Étape 1 : S'inscrire

Pour créer un compte, allez à la page www.facebook.com puis cliquez sur « Inscription ». Facebook vous demandera de saisir des renseignements. Entrez votre nom, le numéro de téléphone ou l'adresse courriel que vous souhaitez utiliser pour vous connecter, ainsi qu'un mot de passe. Pour des raisons de sécurité, vous devrez également entrer votre date de naissance. Vous pouvez masquer ce renseignement dans les étapes subséquentes si vous préférez le garder confidentiel.





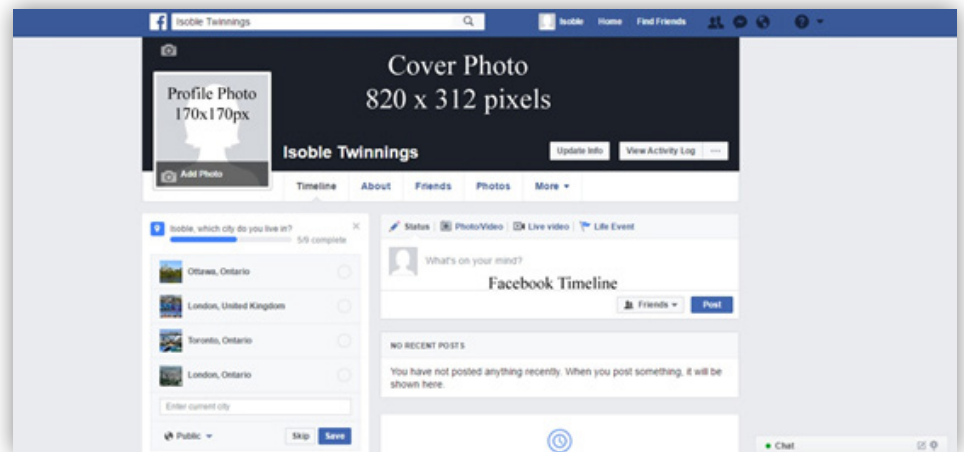
Étape 2 : Ajouter des amis

Lorsque votre compte est créé, Facebook vous propose automatiquement une liste « d'amis » que vous pourriez connaître ou vous demande l'autorisation de chercher vos amis dans vos contacts de courriel. Vous pouvez également chercher des amis en saisissant leur nom dans la barre de recherche de la partie supérieure de la page. Des personnes peuvent également vous chercher en utilisant votre adresse courriel, mais selon vos paramètres de confidentialité, il est possible qu'ils ne trouvent pas votre compte.

Vous pouvez « amiradier » (*unfriend*) une personne en vous rendant sur son profil. Pour ce faire, vous devez cliquer sur le bouton « Amis » affiché dans sa photo de couverture et sélectionner « Retirer de la liste d'amis » dans le menu déroulant. Sur la même page, vous pouvez également modifier les notifications que vous pouvez recevoir de cette personne et même empêcher ses messages d'apparaître dans votre fil d'actualité.

Étape 3 : Télécharger une photo de profil et de couverture

Lorsque ces deux étapes seront terminées, on vous dirigera vers une page qui vous invitera à trouver plus d'amis, à faire le tour des paramètres de confidentialité de Facebook ou à passer à une configuration plus approfondie de votre profil.



Comme c'est le cas pour Twitter, Facebook offre la possibilité d'ajouter une photo de couverture et une photo de profil à votre profil personnel. Votre photo de profil s'affiche à côté de chacune de vos publications ainsi qu'avec toutes les notifications associées à votre compte. De son côté, votre photo de couverture n'est visible que dans la partie supérieure de votre profil. Chaque photo peut être changée aussi souvent que vous le souhaitez.

Lorsque vous utilisez ces deux photos dans votre compte, elles deviennent toutes deux visibles pour l'ensemble des utilisateurs Facebook. Vous pouvez modifier la visibilité des photos qui ne sont plus utilisées dans votre profil en appuyant sur le globe dans le coin supérieur droit et en définissant qui peut voir la photo. Chaque photo peut avoir des paramètres de confidentialité différents.

Vous pouvez télécharger une photo de n'importe quelle taille pour votre photo de profil, mais elle sera automatiquement recadrée dans une forme carrée.

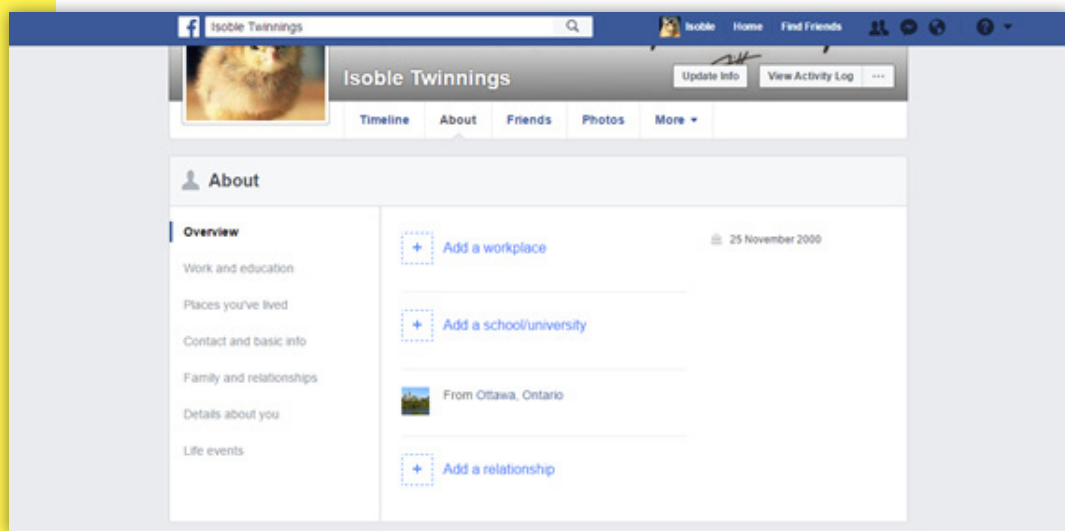
Pour télécharger une photo de profil, passez la souris sur le carré de la photo de profil et cliquez sur « Mettre à jour la photo du profil ». Une fenêtre contextuelle s'affichera et vous proposera une sélection de photos, ainsi que la possibilité de télécharger une photo depuis votre appareil ou de prendre une nouvelle photo. Le téléchargement d'une photo de couverture s'effectue de la même manière, mais plutôt que d'afficher une fenêtre



contextuelle, Facebook vous propose une liste déroulante à quatre options, notamment l'option de repositionner votre photo actuelle. Sélectionnez l'option souhaitée, positionnez votre photo de couverture comme vous souhaitez qu'elle apparaisse, puis cliquez sur « Enregistrer les modifications ».

Étape 4 : À propos

L'onglet « À propos » vous permet d'ajouter votre biographie, la liste de vos études, votre emplacement géographique actuel, ainsi que les lieux où vous avez vécu. Pour entrer ces renseignements, accédez à l'onglet « À propos » de votre profil. Vous y trouverez une liste des différentes informations que vous pouvez saisir, selon ce que vous souhaitez intégrer. En faisant défiler la page, vous avez également la possibilité d'ajouter vos préférences sur plusieurs sujets : livres, équipes sportives, musique, etc. Pour ajouter de nouvelles informations, cliquez sur le bouton ou sur le signe plus (+).



Il est difficile de trouver plus simple que Facebook pour créer une publication. Vous pouvez rédiger une publication, télécharger une photo ou une vidéo, et créer un album à partir d'un seul endroit.

Créer une publication

Il est difficile de trouver plus simple que Facebook pour créer une publication. Vous pouvez rédiger une publication, télécharger une photo ou une vidéo, et créer un album à partir d'un seul endroit. Pour créer une publication, il vous suffit de cliquer dans le champ de texte « À quoi pensez-vous? » qui est situé dans la partie supérieure de votre fil d'actualité ou de votre profil. Des photos et des vidéos peuvent accompagner des publications écrites, mais les publications contenant uniquement des mots peuvent avoir des arrière-plans colorés et personnalisés. Les utilisateurs peuvent en outre faire part de leurs émotions en ajoutant une « humeur » ou une « activité ». Au besoin, après la création d'une publication, vous pouvez modifier l'audience en vous servant du sélecteur d'audience situé à côté du bouton « Publier » en bas à droite de la case d'affichage. Les autres utilisateurs peuvent commenter ou réagir à votre publication. Les réactions sont des émoticônes qui ont été créées parce que les gens voulaient un bouton « J'aime pas ». Vous pouvez choisir une réaction à une publication en passant votre souris sur le bouton « J'aime », puis en choisissant la réaction appropriée.

Vous pouvez aussi partager des publications d'autres utilisateurs ou des pages sur votre propre page. À côté du bouton « Commenter » dans une publication, vous trouverez le bouton « Partager », qui vous permettra de décider comment et où vous souhaitez partager la publication. Vous avez la possibilité de partager la publication immédiatement, de la partager en intégrant un commentaire au-dessus, de la partager sur le « journal » d'un ami ou de la partager en transmettant un message direct à un autre utilisateur.



Si vous ne souhaitez pas rendre vos renseignements personnels publics sur Facebook, il existe des paramètres de confidentialité que vous pouvez définir afin que vos renseignements et vos publications ne soient visibles que par les utilisateurs de votre choix.

Pages Facebook

Les entreprises et les célébrités utilisent souvent une page Facebook plutôt qu'un profil. Les utilisateurs peuvent suivre une page pour obtenir des mises à jour sur une marque ou une personnalité, participer à des concours, et même magasiner certains articles directement sur Facebook. Pour obtenir des mises à jour sur une page, accédez au profil de la page et cliquez sur « J'aime ». L'activité de la page apparaîtra alors dans votre fil d'actualité. Si vous changez d'avis, cliquez simplement sur « Je n'aime plus » dans le menu déroulant du bouton. À côté du bouton « J'aime » se trouve un menu déroulant vous donnant accès aux paramètres que vous désirez appliquer pour les notifications provenant d'une page.

Groupes Facebook

Les groupes rassemblent des utilisateurs autour d'un intérêt particulier ou d'une cause. Les groupes peuvent être publics (pour tous les utilisateurs), fermés (inaccessibles aux utilisateurs sans autorisation) ou secrets. Sur une page de groupe, les utilisateurs peuvent créer une discussion, contribuer à une discussion, partager des photos et même envoyer un message simultanément à tous les membres du groupe.

Événements Facebook

Les utilisateurs et les pages peuvent créer des événements et inviter d'autres utilisateurs à confirmer leur présence. Certains événements sont publics, et il est donc possible de les chercher. En revanche, d'autres peuvent être privés et ne peuvent être consultés que sur invitation. En cliquant sur l'un des boutons de confirmation de réponse, vous vous rendez visible pour les autres utilisateurs de l'événement. Les événements peuvent être créés par toute personne qui cherche à faire connaître un événement.

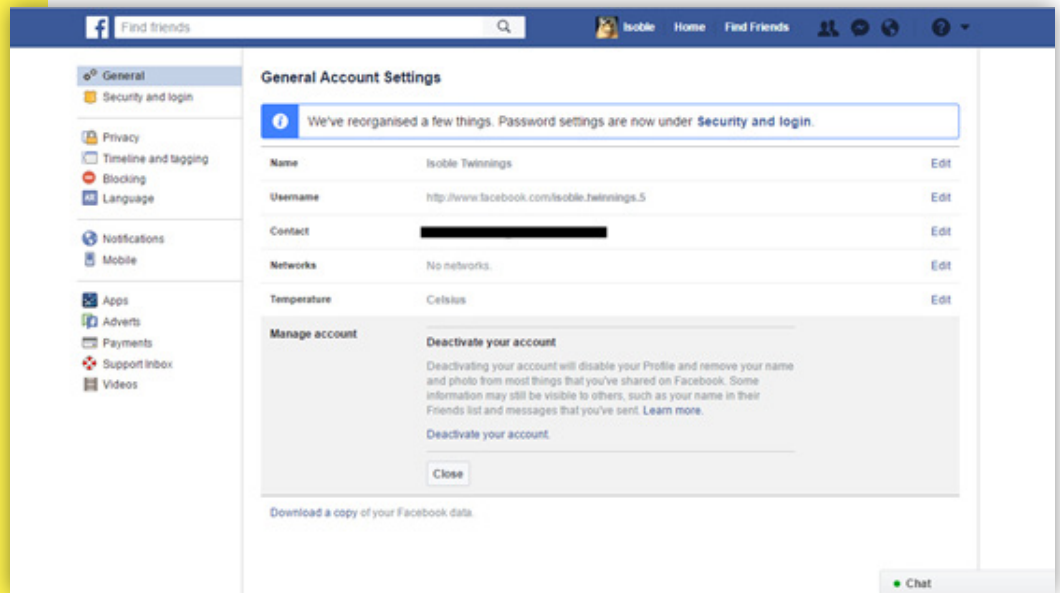


Confidentialité

Si vous ne souhaitez pas rendre vos renseignements personnels publics sur Facebook, il existe des paramètres de confidentialité que vous pouvez définir afin que vos renseignements et vos publications ne soient visibles que par les utilisateurs de votre choix. Pour vérifier vos paramètres de confidentialité, faites défiler le menu déroulant dans le coin supérieur droit (un triangle pointant vers le bas), puis sélectionnez « Paramètres ». La première page correspond à vos paramètres généraux, là où vous pouvez définir un nom d'utilisateur qui sera placé à la fin de votre URL Facebook, ou désactiver votre compte. La deuxième page, « Sécurité et paramètres de connexion », vous permet de modifier votre mot de passe et de définir des mesures de sécurité supplémentaires dans le cas où vous seriez « verrouillé » hors de votre compte.



Il est important de savoir que quels que soient vos paramètres de confidentialité, les serveurs Facebook conservent toujours vos renseignements et affichent pour vous des publicités en fonction de vos goûts, des pages que vous suivez, ainsi que de votre âge, de votre genre et de votre lieu de résidence.

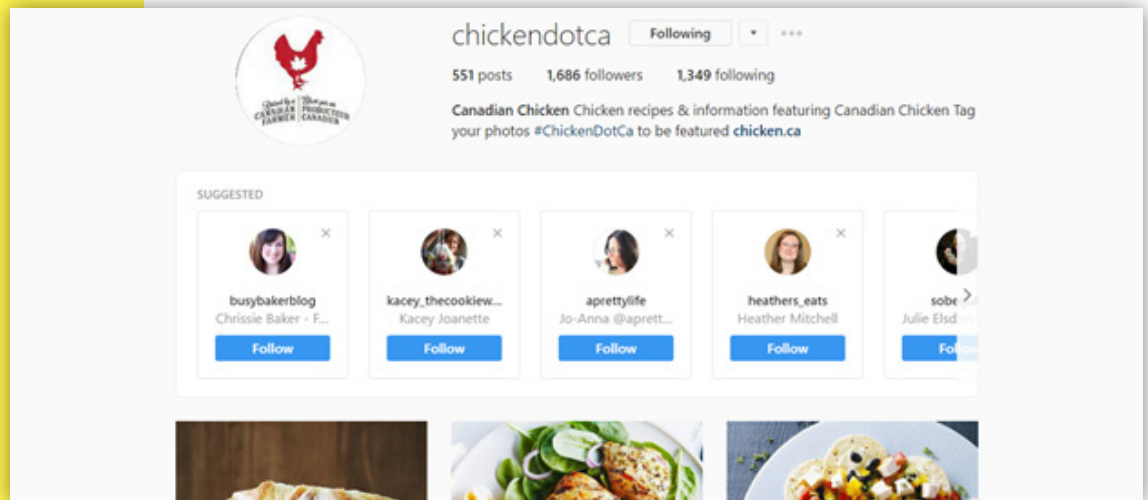


Le troisième onglet se nomme « Paramètres et outils de confidentialité ». C'est dans cet onglet que vous pouvez définir qui peut chercher votre nom sur Facebook et qui peut vous envoyer des messages privés. Vous pouvez même établir une configuration qui empêche certaines personnes de consulter certaines de vos publications, même s'ils font partie de votre liste d'amis Facebook. Vous pouvez en outre définir qui peut vous chercher ou vous envoyer des messages. Ces paramètres de confidentialité avancés se poursuivent dans le deuxième bloc d'onglets, où vous pouvez régler les publications qui apparaissent sur votre journal, bloquer des utilisateurs et personnaliser les paramètres de langue.

Il est important de savoir que quels que soient vos paramètres de confidentialité, les serveurs Facebook conservent toujours vos renseignements et affichent pour vous des publicités en fonction de vos goûts, des pages que vous suivez, ainsi que de votre âge, de votre genre et de votre lieu de résidence.



Instagram



Suivez les Producteurs de poulet du Canada sur Instagram @chickendotca et @the.inside.coop.

La plateforme de médias sociaux Instagram a été lancée en 2010 et sert principalement à partager des images à partir d'appareils mobiles. En fait, il s'agit d'une entreprise détenue par Facebook. En décembre 2016, Instagram comptait environ 600 millions d'utilisateurs actifs, et ces chiffres augmentent chaque mois.

Se lancer

Vous pouvez configurer votre compte Instagram à partir de votre ordinateur. Toutefois, vous pouvez seulement publier des photos sur votre page à partir de l'appli sur un appareil mobile.

Étape 1 : Créer un compte

Comme c'est le cas pour les autres plateformes, la configuration d'un compte Instagram est rapide et facile. Vous pouvez ouvrir l'appli Instagram sur votre téléphone ou vous rendre au **www.instagram.com**. Les deux options vous dirigeront immédiatement vers une page d'ouverture de session. Pour vous inscrire, remplissez le formulaire en indiquant votre adresse courriel ou numéro de téléphone cellulaire, votre nom, votre nom d'utilisateur et votre mot de passe. Votre nom d'utilisateur sera affiché à côté de vos publications, dans les messages et dans les commentaires, mais votre nom complet ne sera visible que sur votre page de profil. Vous pouvez aussi vous connecter en utilisant votre compte Facebook.





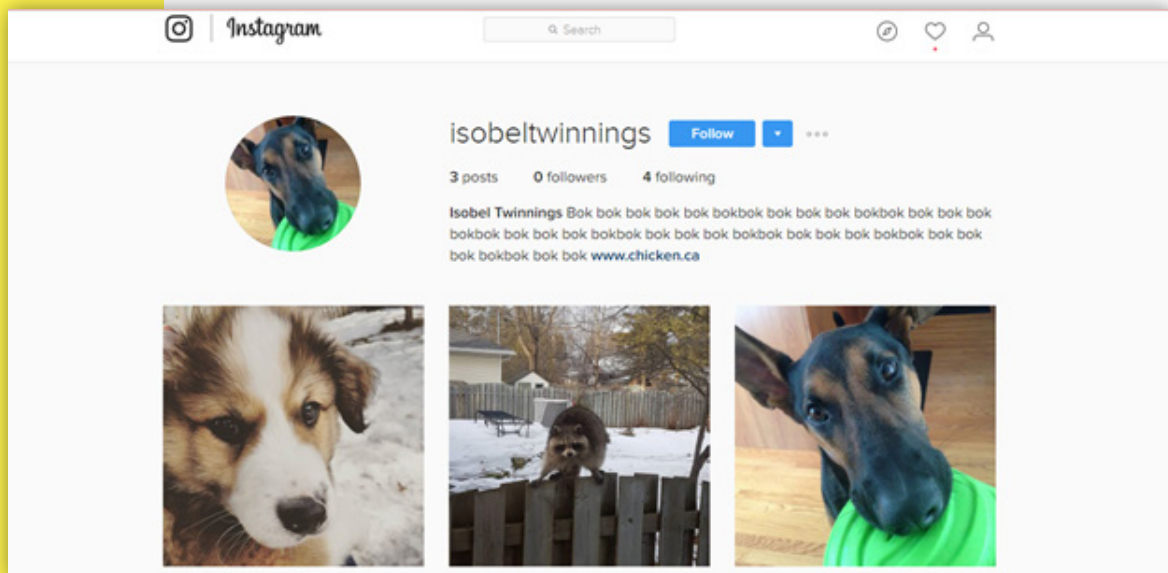
Étape 2 : Ajouter des amis

Comme Instagram est la propriété de Facebook, vous pouvez connecter votre compte Facebook à votre compte Instagram pour trouver des amis Facebook qui sont déjà sur Instagram. Vous pouvez également chercher des amis et d'autres comptes en utilisant l'onglet de recherche. Pour vous abonner à un compte, appuyez sur « S'abonner » et les publications de ce compte apparaîtront dans votre fil d'actualité. Si vous cliquez à nouveau sur le bouton, vous cessez de suivre le compte en question.



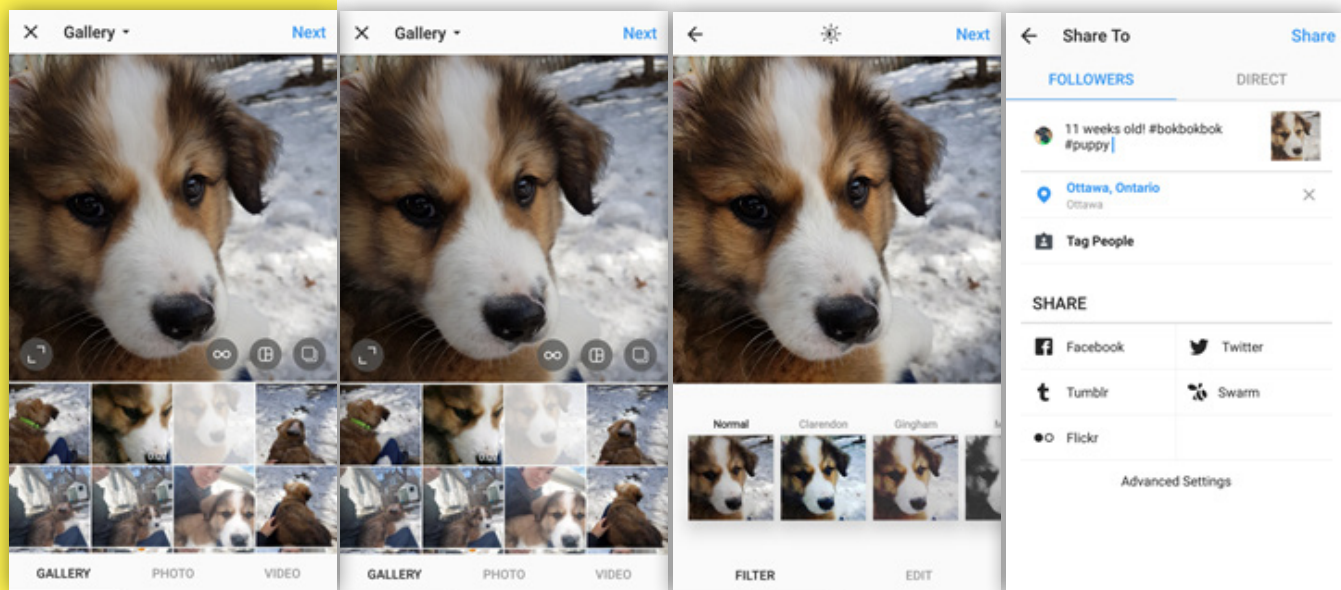
Étape 3 : Ajouter une photo de profil et créer une biographie

Votre photo de profil vous représente et représente votre compte. Vous pouvez choisir d'importer une photo à partir de Facebook, d'en prendre une à l'aide de votre appareil mobile ou d'en télécharger une à partir de votre téléphone. Une fois choisie, votre photo est recadrée dans un cercle. Vous pouvez ajuster votre image avant de l'accepter. Cette photo peut être vue par les utilisateurs, même si votre compte est privé. Elle apparaîtra aussi au-dessus de toutes les publications, commentaires et notifications que vous affichez.



Lorsque vous aurez téléchargé une photo de profil, on vous redirigera vers votre fil d'actualité. Si vous ne vous êtes abonné à aucun compte pendant la procédure de configuration, votre fil d'actualité sera vide. Si vous vous êtes abonné à certains comptes, leurs publications s'afficheront à cet endroit. Pour créer une biographie, accédez à votre profil en cliquant sur l'icône de personne dans le coin supérieur droit de l'ordinateur ou en tapant sur votre photo de profil dans le coin inférieur droit de l'appli. Vous verrez alors un bouton « Modifier votre profil » dans la partie supérieure, juste en dessous de vos abonnés/ abonnements sur l'appli, et juste à côté de votre nom d'utilisateur sur un ordinateur. Vous pouvez utiliser ce bouton pour ajouter une courte biographie, modifier votre nom d'utilisateur ou votre photo de profil et même ajouter un lien vers votre site Web ou votre blogue. Les biographies Instagram sont limitées à 160 caractères, alors allez-y pour un texte bref, mais percutant!

Faire sa première publication



La plateforme Instagram est principalement consacrée aux images, mais les utilisateurs peuvent publier de courtes vidéos d'au plus 60 secondes. Vous pouvez également publier des photos ou des vidéos à partir de l'appli.

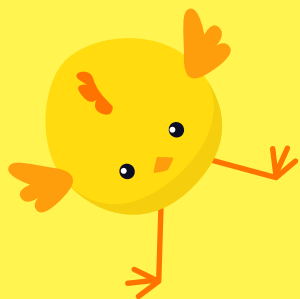
La plateforme Instagram est principalement consacrée aux images, mais les utilisateurs peuvent publier de courtes vidéos d'au plus 60 secondes. Vous pouvez seulement publier des photos ou des vidéos à partir de l'appli. Pour télécharger une photo, lancez l'appli et appuyez sur le bouton carré avec le signe « + ». Ce bouton se trouve dans la partie inférieure d'appli, au centre. Une nouvelle page apparaîtra dans l'appli et vous offrira trois options : sélectionner une photo dans la galerie d'images de votre appareil, prendre une photo dans l'appli Instagram ou tourner une vidéo dans l'appli. Vous pouvez configurer les photos individuelles afin d'obtenir une définition plus grande que le traditionnel carré de 1080 x 1080. Lorsque vous avez choisi votre photo, appuyez sur « Suivant ».

L'appli vous amènera alors sur une page proposant des options d'édition pour votre photo. L'appli Instagram propose plusieurs filtres ainsi que des options avancées pour les retouches de photos. Vous pouvez choisir entre les filtres et les options d'édition en utilisant les deux onglets situés au bas de l'appli. Lorsque les retouches sont terminées, appuyez sur « Suivant ».

La dernière page vous permet d'écrire une légende pour votre image qui permet à ceux qui la regardent de savoir de quoi il s'agit. Vous pouvez également inclure des mots-clés (*hashtags*) afin que les gens trouvent votre publication (voir la rubrique sur l'utilisation des mots-clés dans la section sur Twitter de ce guide pour plus d'information). Si vous souhaitez identifier (*tag*) certaines personnes dans votre légende, saisissez simplement le symbole @ directement devant leur nom d'utilisateur.

Vous pouvez également ajouter l'emplacement où la photo a été prise et identifier d'autres utilisateurs dans la photo. Si vous souhaitez partager la photo avec vos abonnés, assurez-vous de vous placer sur l'onglet bleu « Abonnés ». Si vous préférez partager la photo avec certaines personnes seulement, utilisez l'onglet vert « Direct » et sélectionnez les personnes à qui vous souhaitez la transmettre. Lorsque votre publication vous satisfait, appuyez sur « Partager ». Votre photo sera ensuite téléchargée sur votre profil et apparaîtra sur le fil d'actualité de vos abonnés.


Vous pouvez aussi télécharger des vidéos d'une manière très similaire. Toutefois, les possibilités d'édition sont très limitées. Vous pouvez sélectionner un filtre, mais vous ne pouvez pas modifier la vidéo elle-même, sauf pour en réduire la longueur. Si vous souhaitez couper le son de la vidéo, appuyez sur l'icône de son dans la partie supérieure de l'appli, au centre, pour activer et désactiver le son.



Options de publication supplémentaires

Instagram a récemment intégré d'autres options de publication pour vos photos et vidéos à partir de ses applis complémentaires. L'appli Boomerang prend une série de photos rapides et les transforme en courtes vidéos tournées en boucle que vous pouvez partager sur votre page. L'appli Layout vous permet de combiner plusieurs photos en une seule image dans un format de collage et de la partager sur votre compte. L'appli Hyperlapse vous permet de tourner des vidéos en prises de vues en accéléré (*time-lapsed*) et de les partager. Vous pouvez télécharger ces trois applications gratuitement.

Les stories Instagram sont des photos ou des vidéos téléchargées dans votre Story (histoire). Ces publications disparaissent après 24 heures. Pour publier une story, glissez votre doigt vers la droite à partir de votre fil d'actualité ou appuyez simplement sur votre image de profil dans la barre « Stories » pour ouvrir votre caméra. À partir de là, appuyez une fois sur le cercle blanc pour prendre une photo, ou gardez votre doigt appuyé pour tourner une vidéo. Avant de télécharger votre story, vous pouvez y ajouter des émoticônes, du texte ou des stickers (autocollants). Vous pourrez ensuite la partager directement dans votre story ou l'envoyer directement à d'autres utilisateurs.

Enfin, les utilisateurs peuvent maintenant partager plusieurs photos dans une seule publication en appuyant sur l'icône affichant des rectangles superposés  et en sélectionnant jusqu'à 10 photos à partager. Lorsque vous choisissez cette option, vous ne pouvez pas modifier les images sélectionnées, sauf pour y appliquer un filtre. Les images sélectionnées doivent en outre posséder un format carré.

J'aime et commentaires

Comme c'est le cas dans les autres plateformes de médias sociaux, les utilisateurs peuvent démontrer leur appréciation pour une publication en double-cliquant sur l'image pour « l'aimer ». Les « J'aime » peuvent être retirés en double-cliquant à nouveau sur l'image. Le nombre de « J'aime » qu'a reçu une photo s'affiche sous la publication, et le nombre de vues s'affiche sous les vidéos publiées. Pour voir le nombre de « J'aime » qu'a reçu une vidéo, appuyez simplement sur le nombre de vues.

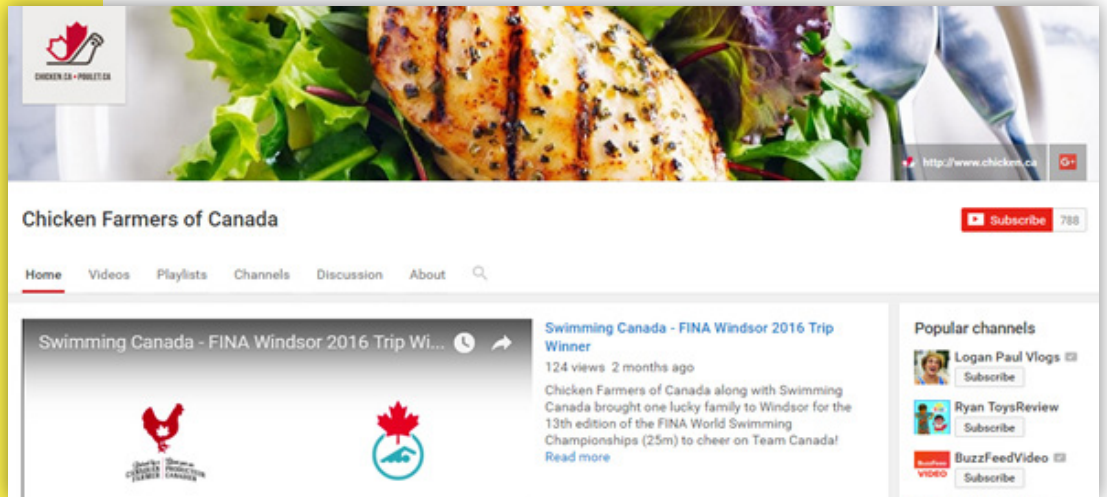
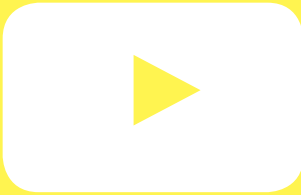
La fonction permettant de faire des commentaires sur une photo est similaire à celle des autres plateformes. Pour commenter une photo, appuyez sur la bulle située sous l'image. Une page vous permettant de saisir votre commentaire s'affichera alors. Si vous souhaitez que votre commentaire reste privé, vous pouvez appuyer sur l'icône d'avion de papier pour en faire un message privé.

Confidentialité

Les options de configuration d'Instagram ne peuvent être modifiées qu'à partir de l'appli. Vous pouvez ajuster vos paramètres de notification, régler les options relatives aux commentaires qui peuvent être associés à vos photos, bloquer d'autres utilisateurs et modifier les paramètres de confidentialité de votre compte.

Les comptes privés servent aux utilisateurs qui préfèrent que leurs publications soient vues seulement par des utilisateurs préapprouvés. Avec un compte privé, votre profil peut toujours être consulté par les autres utilisateurs, mais ils ne pourront voir que votre photo de profil et votre biographie. Si d'autres utilisateurs demandent l'accès à vos publications privées en s'abonnant à votre compte, vous avez la possibilité d'autoriser ou de refuser leur abonnement. Vous serez toujours en mesure de suivre d'autres comptes. Vous pouvez faire passer votre compte du domaine public au domaine privé à tout moment.

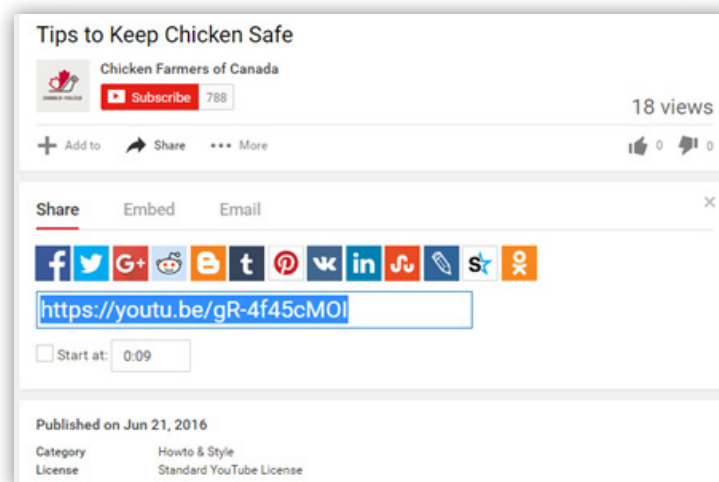
YouTube



Abonnez-vous à notre Page YouTube, « Chicken Farmers of Canada »!

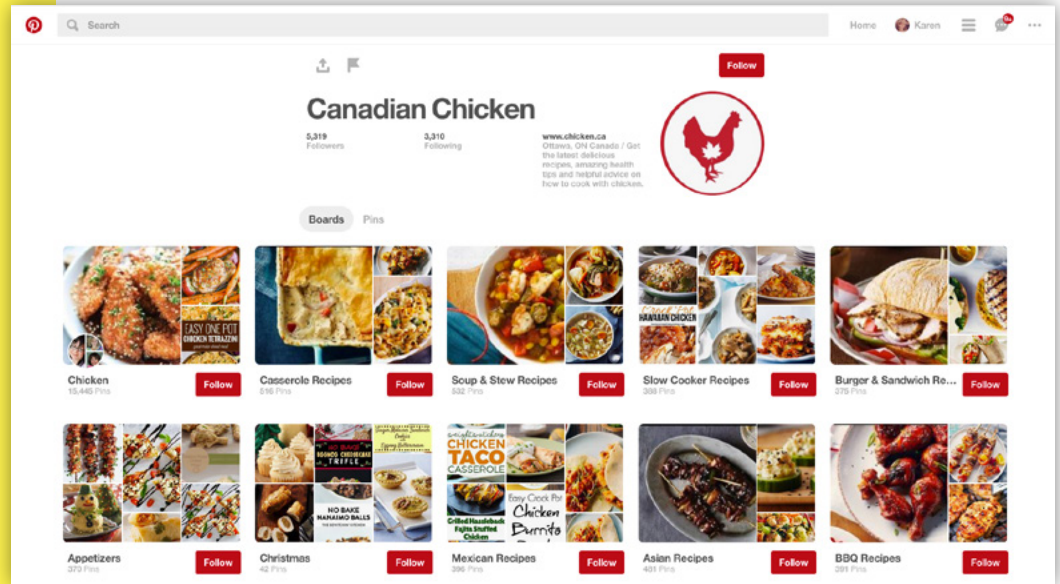
YouTube est une plateforme de médias sociaux permettant aux utilisateurs de télécharger et partager des vidéos. Elle a d'abord été lancée pour servir de journal vidéo où les utilisateurs pouvaient publier de courtes vidéos, mais elle s'est rapidement transformée en une plateforme publicitaire rapide et facile d'utilisation pour les entreprises. Chaque minute, plus de 100 heures de vidéo sont téléchargées sur YouTube, ce qui n'est pas surprenant puisque YouTube estime avoir plus d'un milliard d'utilisateurs actifs. Vous pouvez facilement créer votre propre compte sur YouTube si vous avez déjà un compte Google, ou en suivant des étapes simples et similaires à celles des autres plateformes. Lorsque vous possédez un compte Google, vous avez un seul compte pour toutes les plateformes Google, dont Google+, YouTube et Gmail.

Lorsque vous avez créé un compte, vous pouvez publier une vidéo en ligne, créer des listes de lecture, commenter les vidéos ou leur attribuer un pouce en l'air ou un pouce vers le bas. Si vous souhaitez recevoir des notifications des comptes d'autres utilisateurs (appelés chaînes), cliquez sur le bouton rouge « S'abonner », et les comptes apparaîtront dans votre page d'accueil. Pour partager une vidéo YouTube sur une autre plateforme, appuyez



simplement sur l'icône « Partager » en forme de flèche. Un menu déroulant apparaîtra avec une URL abrégée pour la vidéo et une liste de plateformes de médias sociaux où vous pouvez partager la vidéo directement.

Pinterest



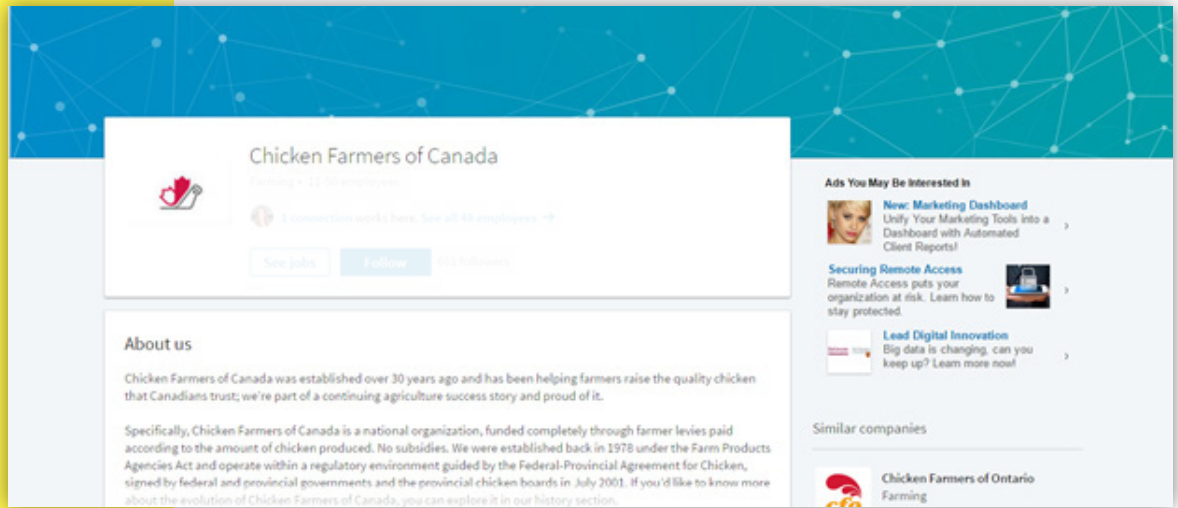
Pinterest est un tableau d'affichage virtuel où les utilisateurs peuvent « épingler » des images sur leurs propres tableaux ou dans des tableaux partagés.

Venez voir nos recettes préférées et ce que nous épinglons en suivant « Canadian Chicken »!

Pinterest est un tableau d'affichage virtuel où les utilisateurs peuvent « épingler » des images sur leurs propres tableaux ou dans des tableaux partagés. Pinterest est surtout utilisée pour publier et trouver des projets de bricolage, des recettes et des idées de décoration pour la maison, mais des centaines d'autres sujets et catégories sont utilisés par tous les types d'utilisateurs et par les entreprises. Toutes les images que vous trouvez en ligne et que vous souhaitez enregistrer peuvent être épinglées sur votre tableau virtuel dans l'appli ou le site, ou à l'aide du bouton « Enregistrer » que vous pouvez installer sur votre navigateur.

La création d'un compte suit les mêmes étapes que dans les autres plateformes, mais la démarche exige moins de renseignements. Lorsque vous avez créé un compte, on vous demandera de choisir cinq centres d'intérêt dans une liste de sujets et Pinterest remplira automatiquement votre page d'accueil avec des images que vous pourrez épingler aux tableaux et partager avec d'autres utilisateurs. Lorsque vous êtes abonné à d'autres utilisateurs et que vous « aimez » plus d'images, votre page d'accueil se remplit d'un plus grand nombre d'images sélectionnées en fonction de vos préférences. Vous pouvez enregistrer des images en les épinglant sur un tableau, que vous pouvez créer lorsque vous enregistrez la photo, ou sur votre page de profil. Sur cette page, vous pouvez également modifier l'ordre dans lequel vos tableaux sont affichés, vous pouvez déterminer si le tableau est secret ou public, et vous pouvez supprimer tous les tableaux et images non désirés.

LinkedIn



L'ajout d'une personne sur LinkedIn est similaire à l'ajout d'un ami sur Facebook, sauf que cette personne se nomme une « relation ».

Suivez-nous sur LinkedIn à la page « Chicken Farmers of Canada ».

LinkedIn est une plateforme destinée aux professionnels et aux entreprises qui cherchent à établir des relations avec d'autres professionnels. Le profil LinkedIn ressemble à un curriculum vitae. Il dresse la liste de vos emplois, présents et anciens, et affiche votre formation, vos recommandations, ainsi que d'autres intérêts professionnels. L'ajout d'une personne sur LinkedIn est similaire à l'ajout d'un ami sur Facebook, sauf que cette personne se nomme une « relation ». LinkedIn propose une section entière consacrée à la recherche d'emploi où les employeurs affichent des postes ou cherchent des employés potentiels. LinkedIn est idéal pour ceux qui cherchent un emploi, qui souhaitent reprendre contact avec d'anciens collègues ou qui veulent simplement entrer en communication avec d'autres professionnels du même domaine.



La création d'une présence en ligne positive et informative peut permettre de combler certaines lacunes dans les connaissances du public et favoriser une conversation constructive à propos de votre ferme et de votre secteur de travail.

Meilleures pratiques pour les médias sociaux

La création d'une présence en ligne positive et informative peut permettre de combler certaines lacunes dans les connaissances du public et favoriser une conversation constructive à propos de votre ferme et de votre secteur de travail. Il faut toutefois savoir que la participation à des conversations en ligne ne débouche pas toujours sur des interactions « civilisées ». Le maintien d'une attitude positive en ligne vous aidera à rassembler une communauté positive et renforcera la crédibilité de votre compte.

Créer une présence sur les médias sociaux

Il faut consacrer beaucoup de temps et d'efforts sur les médias sociaux pour construire une liste d'abonnés. De plus, vous devez vous souvenir que les résultats ne sont pas toujours immédiats. La construction d'une présence en ligne est un processus lent et construire une bonne liste d'abonnés peut prendre un certain temps. Par ailleurs, si vous ne publiez qu'occasionnellement, le processus peut être encore plus lent. Ce que vous publiez varie selon vos objectifs. Si vous êtes à court d'idées, pourquoi ne pas faire des publications sur ce qui rend votre ferme unique, ou sur la manière dont vous prenez soin de vos animaux et sur ce que leur bien-être signifie pour vous? Le simple fait de partager des photos de vos endroits préférés de votre ferme est aussi un moyen facile de générer une conversation et de donner à votre auditoire un aperçu de votre travail.

Le simple fait de publier sur vos propres pages ne suffit pas à créer une présence en ligne. Il y a vraiment un aspect social aux médias sociaux. Consultez les fils d'autres utilisateurs ayant les mêmes centres d'intérêt que vous et interagissez avec leur contenu. Cette démarche pourra vous aider à établir des liens avec d'autres comptes et à vous donner de l'inspiration pour les vôtres. Savoir qui vous ciblez peut vous aider à mieux comprendre le contenu que ces personnes souhaitent voir. Sur Instagram et Twitter, regardez ce que les autres publient en utilisant le même mot-clic que vous.

Ne pas nourrir les trolls

Essayez de favoriser la tenue de conversations positives et civilisées en ligne, même si les autres utilisateurs sont impolis ou désagréables. « Ne pas nourrir les trolls » est un adage important à garder à l'esprit lorsqu'il s'agit d'Internet. Les trolls publient généralement dans le seul but de vous provoquer ou de provoquer d'autres utilisateurs en ligne. Votre profil, c'est votre image, celle de votre entreprise et celle des producteurs de poulet canadiens, et si une conversation dépasse les bornes de la politesse, il est presque toujours plus facile de simplement l'ignorer. L'Internet regroupe des gens ayant un grand éventail d'opinions et certains, encouragés par l'anonymat, en profitent pour publier des commentaires grossiers. La clé est de ne pas prendre ce qui est dit de manière personnelle. Si vous devez répondre, essayez de réagir d'une manière positive et bien informée plutôt que d'attaquer de façon impulsive. Si vous ne savez pas comment répondre ou si des activistes vous attaquent en ligne, veuillez nous contacter à communications@chicken.ca.

Faire ressortir son contenu

Les publications proposant du contenu interactif ont tendance à avoir plus de succès que les autres. Pensez à inclure des images ou des vidéos accrocheuses dans vos publications, ou posez une question à vos abonnés pour démarrer une conversation. Sur les plateformes comme Twitter et Facebook, les autres utilisateurs verront que d'autres réagissent à votre publication, ce qui peut les inciter à réagir à leur tour.

De nombreux sites proposent désormais une façon de créer une URL plus courte pouvant être partagée et amener l'utilisateur à destination.

Abréger les URL



Pour les plateformes qui ont des limites de caractères, le partage d'un lien peut être difficile en raison de sa longueur. De nombreux sites proposent désormais une façon de créer une URL plus courte pouvant être partagée et amener l'utilisateur à destination. Lorsque vous appuyez sur « Partager » sur une vidéo YouTube, vous obtenez automatiquement un lien plus court, mais peu de sites offrent le même service.

Bitly est le raccourcisseur d'URL le plus populaire. Il permet de transformer les liens rapidement et gratuitement, même sans avoir de compte. Toutefois, si vous créez un compte, vous pouvez suivre le nombre de personnes ayant interagi avec votre lien partagé et même voir à partir de quel endroit les gens ont cliqué sur votre lien. <https://bitly.com/>