



UNIGE | RÉSEAUX SOCIAUX

Bonnes pratiques pour une présence efficace

Soyez respectueux/euse

Tout ce que vous postez en tant que collaboratrice ou collaborateur de l'Université de Genève reflète l'institution. Soyez professionnel-le et respectueux/euses en toute occasion sur votre réseau social. N'entrez pas dans des débats ou confrontations avec des opposant-es, rectifiez si besoin les informations erronées.

Soyez transparent-e

Les médias sociaux permettent aux individus de personnaliser une grande institution. Faites clairement savoir que vous êtes sur les réseaux sociaux en tant que collaboratrice ou collaborateur de l'UNIGE. Utilisez votre voix et faites connaître votre identité à travers vos posts.

Soyez à l'écoute

Consommer des médias sociaux est essentiel pour votre habilité à produire du contenu efficace. Il faut donc suivre les conversations en ligne avec vos outils de prédilection (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram...) pour maintenir une connaissance claire et actuelle des intérêts de votre communauté.

Des sites spécialisés vous tiendront au courant des dernières tendances:

[Blog du modérateur](#), [SocialMediaToday](#)

Soyez actif/ve

Une présence sur les médias sociaux demande un travail minutieux et régulier. Si vous n'avez pas le temps ou les ressources pour poster un nouveau contenu de façon régulière, reconsidérez votre présence sur les médias sociaux pour le moment. Votre dernier message donne le ton de votre site. Si le message date du mois passé, les visiteurs/euses considéreront le site comme obsolète.

Soyez réactif/ve

Un des avantages des médias sociaux est la possibilité de partager des informations pratiquement en direct avec une large audience. Cet aspect d'actualité est aussi l'une des attentes de votre public. Soyez prêt à réagir rapidement lors d'annonces et d'urgences. Une petite quantité d'information délivrée au moment opportun a parfois plus de valeur qu'un rapport complet délivré bien après l'événement problématique.

Soyez vigilant-e

Vous êtes responsable du contenu que vous publiez. Assumez tout ce que vous publiez. Ce que vous faites en ligne sera toujours en ligne et ce que vous partagez sur les médias sociaux, même sur un réseau fermé, n'est pas privé. Ce contenu sera partagé, mémorisé et diffusé à large échelle.

Référez-vous à la [Charte d'éthique et de déontologie des hautes écoles universitaire et spécialisée de Genève](#).

Soyez concis-e et percutant-e

Votre publication doit donner envie d'en savoir plus dès la première phrase. De nombreux réseaux sociaux affichent les premières lignes de votre message et invitent le public à cliquer pour en savoir plus. Il est donc essentiel que l'information principale se trouve au début et qu'elle donne envie à votre public de dédier quelques minutes à votre message. Les utilisateurs/trices des médias sociaux sont très sollicités, il y a de plus en plus de publicité, il faut donc se démarquer avec du contenu de qualité.

Commentez

Faites des commentaires sur les messages intéressants et partagez le travail de vos membres et partenaires en utilisant vos canaux. Ne parlez pas uniquement de votre Faculté, Département, Institut... Partagez les informations que vous jugez pertinentes et que vous recevez de sources en dehors de l'UNIGE. Cela accroîtra la valeur de votre site et vous assurera une meilleure visibilité en devenant un membre estimé de la communauté.

Lorsque vous faites des commentaires dans le cadre de votre travail, assurez-vous d'indiquer qui vous êtes et votre affiliation à l'UNIGE. Si vous voyez un message qui requiert une réponse officielle de l'UNIGE ou dont le partage pourrait être bénéfique pour l'UNIGE, contactez le Service de communication à media@unige.ch ou par téléphone au 022 379 77 52.

Acceptez et gérez les commentaires

Un média social sans commentaires et interactions n'est pas vraiment «social». Soyez prêt-e à accepter et à répondre aux commentaires. Il faut savoir que les commentaires ne seront pas toujours positifs. Répondez aux commentaires négatifs de manière professionnelle. Donnez des informations supplémentaires qui pourront aider à résoudre le conflit ou laissez la communauté rectifier les informations erronées d'elle-même.

Informez les visiteurs/euses, par un message sur le site, que vous vous réservez le droit d'effacer les commentaires inappropriés. Enlevez les commentaires contenant des grossièretés, ceux qui attaquent des groupes ou des individus, ceux qui ne sont pas en lien avec l'institution et les spams.

En cas de problème ou si vous avez besoin d'aide pour répondre à un commentaire, contactez la responsable des réseaux sociaux: socialmedia@unige.ch.

Ajustez votre contenu et le ton des messages

La communication n'est pas la même si vous vous adressez à des étudiant-es, à des collègues, à des partenaires ou à des journalistes. Adaptez donc vos messages en fonction de vos cibles. Définissez en amont si vous utilisez par exemple le vouvoiement ou le tutoiement, si vous utiliserez un langage familier ou plutôt institutionnel. Votre communication se fera-t-elle uniquement en français ou dans d'autres langues?

Votre public est-il le même sur vos différents réseaux? Ajustez vos messages en conséquence et gardez à l'esprit l'essence même du réseau social choisi.

Ajoutez toujours un visuel à vos publications

Le visuel est crucial sur les réseaux sociaux. En plus du message, c'est l'élément qui va capter l'attention du public et lui donner envie s'arrêter quelques instants sur votre publication. Ajoutez donc un visuel : flyer, photos, vidéos. Attention, le format des visuels varie en fonction des plateformes choisies.

L'outil [Canva](https://www.canva.com) est très utile pour créer simplement des visuels pour vos réseaux sociaux.

Gardez à l'esprit la frontière floue entre le privé et le public

Si vous gérez un compte institutionnel lié à une structure, séparez le contenu personnel du professionnel. Si vous êtes présent-e sur les médias sociaux personnellement et que vous revendiquez votre appartenance à l'UNIGE, veillez à respecter la légalité, l'éthique, les principes et les valeurs qui donnent un contenu à la liberté académique. Le contenu qui est approprié pour vos ami-es ne l'est pas forcément pour vos collègues.

Pensez toujours aux personnes susceptibles de lire vos publications et aux personnes que vous cherchez à atteindre via les médias sociaux. Un message problématique d'un membre de l'UNIGE peut parfois mener à une sanction ou à une prise de position de l'institution.

Gérez votre temps

Un temps quasi infini peut être passé (et perdu) sur les médias sociaux. Limitez le temps que vous consacrez à votre présence sur les médias sociaux au strict nécessaire pour poster du contenu, évaluer le trafic, gérer les commentaires, examiner les sites intéressants.

Différents outils peuvent vous aider à gérer votre présence sur les réseaux sociaux:

[Hootsuite](#): plateforme de gestion des réseaux sociaux (gratuit jusqu'à trois réseaux sociaux)

[TweetDeck](#) pour gérer votre présence sur Twitter et programmer vos Tweets

[Canva](#) pour créer simplement des visuels pour vos réseaux sociaux (payant si vous souhaitez importer votre police et couleur institutionnelle)