N°6

#VOTEZCFDT : STRATÉGIE DIGITALE, UNE AIDE À LA VICTOIRE !

Les réseaux sociaux font partie intégrante de notre vie, parfois personnelle, mais dans l'objet qui nous concerne, professionnelle et syndicale.

Depuis leur apparition, il y a 16 ans, ils représentent des milliards d'utilisateurs à travers le monde. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Twitch, Tik Tok… Ils nous accompagnent au jour le jour, du matin au soir… On scrolle, on post, on crosspost… Bref on a toujours le nez dessus, parfois pour certains de manière fort addictive.

Qu'on les aime ou pas, ils sont là et ils interrogent nos pratiques syndicales, notre capacité à porter notre voix et nos revendications sur la toile.

Ils peuvent être un levier d'action, une opportunité pour amplifier notre communication, un plus à l'adhésion, participer à notre visibilité.

Ce n'est pas une recette miracle en termes de développement et de fidélisation **et ils ne remplacent pas le travail de terrain et de proximité**. Ils viennent en complément de nos stratégies antérieures.

Il n'est pas nécessaire d'être présent sur tous les réseaux sociaux. Il importe de choisir celui qui sera le mieux adapté à votre message, votre type de communication, et en fonction de votre cible. En effet, vos messages ne seront pas les mêmes selon votre « audience » : adhérents et adhérentes, militants et militantes, électeurs et électrices, partenaires, institutions, etc.

Investir les réseaux est avant tout un choix politique du conseil syndical. C'est un choix de stratégie de communication.

Le fil orange des élections

Pour la campagne électorale 2022, la fédération Interco a décidé d'axer sa stratégie digitale sur le réseau social Facebook compte tenu de la cible retenue : nos électeurs.

Pour cela, un court questionnaire a été adressé à tous les syndicats via la plateforme Interconnectés. Dans un deuxième temps, un contact sera pris auprès des syndicats ayant répondu positivement pour identifier avec eux une personne ressource « réseaux sociaux ».

Ces personnes identifiées seront invitées à rejoindre un groupe privé Facebook et ils auront pour mission, dans un premier temps, de participer activement à la visibilité de nos publications puis à d'autres actions tout au long de la campagne. On vous espère nombreux avec nous.😊

Et d'ailleurs, cette visibilité vous pouvez tous y participer dès maintenant !

COMMENT ?

Tout simplement en cliquant sur « j'aime », en laissant un commentaire et en partageant les post publiés de la page de la fédération Interco[1]... Trois actions simples et efficaces qui permettent de nous faire repérer par les algorithmes et nous donnent la possibilité d'apparaître plus régulièrement dans le fil d'actualité. Plus il y a d'interactions sur une publication, plus on est visible !

À vos clics... Prêts ? Partez...

QUELQUES BONNES PRATIQUES POUR VOS PAGES

Ne mélangez pas votre page personnelle à votre page syndicale. Nos futurs électeurs n'ont pas forcément besoin de savoir que vous avez mangé une paëlla le week-end dernier.😊

Nous vous conseillons, après décision de votre collectif et vote en conseil syndical, d'ouvrir une page pour votre syndicat qui sera le relai de l'information de votre activité et celle de vos sections. Multiplier les pages (syndicats, sections...) diminue la possibilité de visibilité de votre page car les algorithmes vont vous pénaliser et cela vous oblige à démultiplier les interactions pour être visible. Donc réfléchissez bien, ensemble avec vos sections, à la stratégie digitale de votre syndicat.

Soyez régulier et varier les contenus pour ne pas lasser votre communauté et susciter l'intérêt : photos, vidéos, liens... et préférez la qualité à la quantité. Il est judicieux de publier un peu tous les jours que de concentrer sur une même journée.

Rédigez des phrases brèves en respectant la ponctuation et suivez des règles simples comme « une phrase = une idée ». Pour une communication tout public, évitez les termes trop jargonneux ou techniques, trop de sigles, etc.

Soyez proche de votre communauté. Un réseau de militants, c'est fait pour promouvoir les contenus qui les intéressent et qui les inviteront à réagir. N'hésitez pas à interpeller vos « followers » en leur posant des questions ou en les incitant à interagir. Il est important de leur donner une place à part entière.

Évitez les réseaux sociaux pour aborder d'éventuels désaccords internes ou taper sur les autres organisations syndicales.

Gardez votre sang froid face à des commentaires critiques ou offensifs ; évitez de réagir à chaud. Vous pouvez désamorcer la discussion avec des arguments concrets, en posant une question, ou même ignorer le commentaire si cela risque d'entraîner une surenchère.

Évitez de supprimer ou de bannir automatiquement les commentaires ou personnes négatives de votre page. Il vaut mieux que cette personne s'exprime sur un espace que vous maîtrisez que sur un espace sur lequel vous n'avez pas la main.
En cas de propos injurieux, racistes ou contrevenant au respect des personnes, vous pouvez également masquer ou supprimer le commentaire, voire le signaler à Facebook si vous jugez ce contenu inapproprié.

Répondez aux messages privés. Ces messageries sont une vraie opportunité de faire du service à l'adhérent ou d'inciter votre interlocuteur ou interlocutrice à adhérer. Ils sont un réel espace de dialogue où argumenter. Et si vous n'avez pas la réponse, il est toujours possible de diriger la personne vers une autre structure.

Et bien sûr... Valorisez les positions de la CFDT ! ●

[1] *Pour rappel, adresse du compte Facebook de la fédération :* ▶*https://www.facebook.com/intercocfdt/*