**Do’s and Don’ts for Building Your Social Media Presence**

**À faire et à ne pas Faire pour Renforcer votre Présence sur les Réseaux Sociaux**

Par V. Michelle Bernard

**FAITES**

• Créez des comptes Instagram, Facebook et Twitter pour votre église, votre école et vos organisations.

• Publiez régulièrement des photos, des citations, des informations sur vos événements et des nouvelles sur vos plateformes de médias sociaux.

• Partagez des moments que d’autres voudront partager : baptêmes, dédicaces, anniversaires, célébrations, accomplissements, etc. Publiez des articles sur les jours fériés / des événements locaux / des sujets d’intérêt courant, mais indiquez la ligne de votre organisation.

• Invitez les gens à suivre vos activités sur les médias sociaux à travers le bulletin de l'église, son site Web, les encarts et diapos publicitaires et durant la période des annonces.

• Suivez les événements locaux et les personnalités des médias ; partagez vos activités avec elles sur les médias sociaux.

• Suivez les autres utilisateurs de médias sociaux et interagissez avec les abonnés.

• “Épinglez”(Tag) des organisations et des personnes dans vos messages. Eventuellement elles peuvent partager votre message si leurs noms y mentionnés.

• Utilisez des photos, des GIF et des vidéos de qualité afin de susciter plus d’intérêt et plus d’échanges.

• "#Hashtaggez” vos publications afin que les personnes qui sont en quête de ces informations puissent les retrouver

• Pensez au type de messages auxquels vous répondez le plus, puis envisagez le même type de messages pour vos comptes d'église / école.

• Soyez ponctuel et régulier ! Publier généralement les photos personnelles juste après (ou lors d'événements familiaux). Mettez à jour les comptes de votre organisation en "temps réel".

• Pensez à ce qui rend votre organisation spéciale. Partagez / créez du contenu qui aide à présenter l’organisation et qui inspire les autres à travailler pour la réalisation des objectifs de votre ministère.

• Répondez ! Si quelqu'un adresse une question à votre organisation, il faut y répondre rapidement !

• Étudiez les meilleurs moments pour la publication des articles ou messages. Utilisez les données analytiques pour savoir quand les gens réagissent le plus aux messages.

**NE FAITES PAS**

• Publiez des chansons et des vidéos sans vous assurer que vous disposez de la licence de droit d'auteur pour le faire (Cela vaut également pour les flux de services religieux et pour musique spéciale !)

• Ne publiez pas trop. Donnez du sens à vos messages.

• Simplement Publiez du matériel. Il faut engager les lecteurs.

• Publiez les mêmes informations et graphiques sur toutes les plateformes. Prenez en compte la plate-forme utilisée. Utilisez de superbes graphismes sur Instagram, partagez des textes d’actualité sur Twitter, utilisez Facebook pour engager de façon active votre public.

• Publiez d'abord sur vos comptes personnels. Construire votre marque personnelle est important lors des événements (les gens le font de toute façon), mais votre organisation devrait être la «source» de vos publications. Partagez les publications de l’organisation sur vos comptes personnels et encouragez les dirigeants à faire de même.

V. Michelle Bernard est Directrice adjointe des services de communication pour l’Union de Columbia et rédactrice adjointe pour les nouvelles, rubriques, et le contenu en ligne de Visitor, magazine de l’Union de Columbia.