



Atelier mobile : Comment utiliser mon Smartphone (et plus) pour la communication

RAC FFN

du 28 février au 1 mars 2020

Pedro Torres

Pôle Communications UFB



Objectif : montrer les possibilités qu'offre un smartphone pour un responsable de communication et ses différentes missions. Cela peut notamment être utile pour une personne ne disposant pas d'ordinateur (on en a quelques un). Les outils/app utiles, les astuces, etc.

Mon smartphone = mon couteau suisse de la com !

Avez-vous un Smartphone ? Vous avez (presque) tout.

Communication interne (membres).

1. e-Mail

N'utilisez pas Gmail ni Yahoo (Aol). Recommandé par l'Union Européenne « Outlook.fr ou live.fr » pour des courriels des officiels de l'église locale. Aussi Orange.fr Free.fr et autres services français.

2. Whatsapp

Attention ! Appartiens à Facebook, donc, basé aux USA. Néanmoins, vous devriez faire une différence entre Groupes et Listes de Diffusion.

- a) Dans les groupes tout le monde se voit et peut lire la réponse de tous. Acceptable pour commissions ou exceptionnellement pour comités.
- b) Listes de diffusion. Seulement l'expéditeur peut envoyer à tout le monde. Personne ne peut pas voir qui est dans la liste. Personne ne peut pas envoyer des messages sauf le « propriétaire » de la liste. Si quelqu'un répond, il répond au propriétaire seulement et personne d'autre ne peut pas voir la réponse.
- c) Seulement les personnes qui ont votre numéro portable ajouté à leur contacts pourra être ajoutée à votre liste. Si vous le faites et l'autre personne ne vous a pas dans leur contacts, le message ne sera jamais reçu.

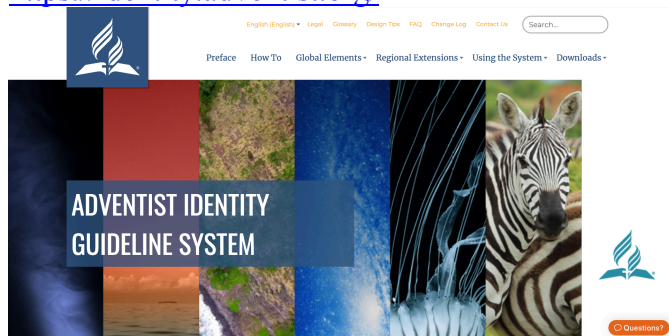
Quelles plateformes utiliser ?

Notamment il faut toujours avoir une base ou centre de communications. Il est une erreur penser qu'il suffit avec une page ou profil Facebook. Les infos ne sont jamais arrangées et il est très difficile à retrouver des informations fixées.

1. Donc, si possible, faire de tout notre mieux pour avoir une page web, soit fournie par la Fédération soit par vous-mêmes, mais pas dans des services gratuits qui prennent un sub-domaine (exemple xxxx.free.fr / xxxx.wix.com / xxxx.wordpress.com / xxxx.blogspot.com)

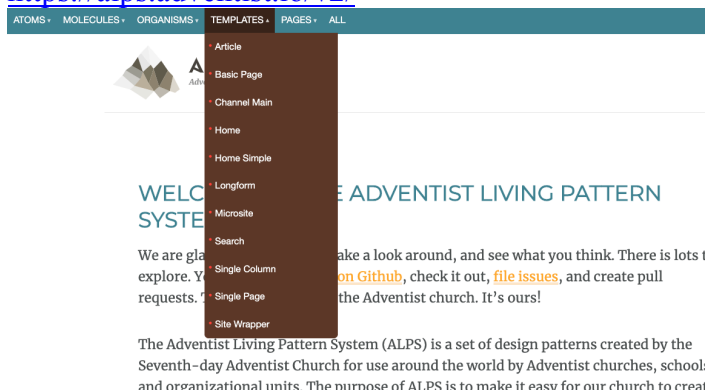
2. Pour gérer un site web, utilisez la charte graphique officielle.

<https://identity.adventist.org/>





3. Pour télécharger des templates, modèles, allez sur le site officiel,
<https://alps.adventist.io/v2/>



4. Votre webmaster fournira à l'UFB les DNS du serveur et l'Union fournira le sous-domaine xxxxxx.adventiste.fr

Types de contenus (audio, vidéo, texte, image fixe)

Dépendant de qu'est-ce que vous voulez faire, choisissez un contenu ou un autre. L'idéal sont les mélanges (texte + image ou vidéo).

Une affiche en .jpg ne suffit pas. Google ne peut pas « lire » le contenu de l'image, et cela résulte en un « méconnaissance » de Google de votre contenu. Jamais ne sera indexé, donc, ignoré dans les résultats de recherche « Google ».

Par contre, en Instagram, vous êtes intéressés en mettre le texte dans l'image. Mais vous pouvez (et devez) toujours ajouter une description en ajoutant les hashtags #.



Quelques outils pour éditer images sur le portable :

La plupart d'Apps (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) comptent avec leur propre kit d'outils d'édition, mais parfois, couper, ajouter du texte, éditer la lumière, les couleurs, etc. peut aller au-delà des options disponibles.

Il existe des centaines ou milliers d'options gratuites et payantes dans le Play Store et App Store. Je vous recommande deux options (disponibles sur les deux plate-formes) gratuites et pas compliquées à utiliser.



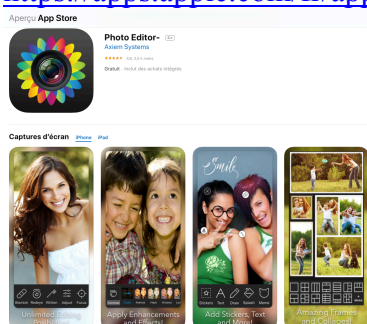
Photo-Editor (Android) :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.axiemsystems.photoeditorminus&hl=fr>



App Store :

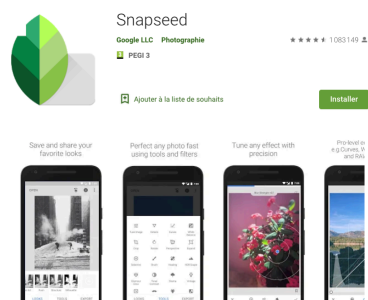
<https://apps.apple.com/fr/app/photo-editor/id546821797>



Snapseed, par Google.

Play Store :

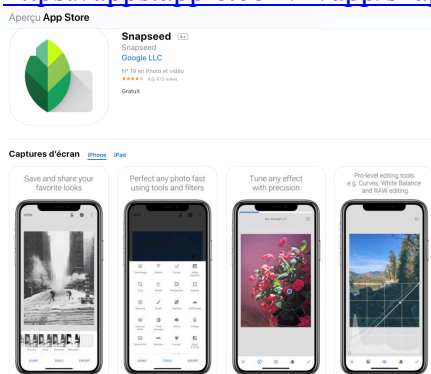
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.niksoftware.snapseed&hl=fr>



Snapseed est une solution de retouche photo complète et de qualité professionnelle, développée par Google.

App Store :

<https://apps.apple.com/fr/app/snapseed/id439438619>





Courtoisie :

- Aimez le plus d'autres publications possibles.
- Commentez mais avec du sens, pas seulement des émoticônes ou vous serez considérés spammers.
- N'étiquetez pas aux autres sur vos publications, sauf s'ils sont vraiment impliqués dans la publication/photo/vidéo. (Vous risquez d'être bloqués ou « unfollowed »).
- Répondez les DM et les commentaires si vous interpellent.

VIDEO

Pour les plate-formes vidéo, vous avez les plus populaires avec accès depuis le portable :

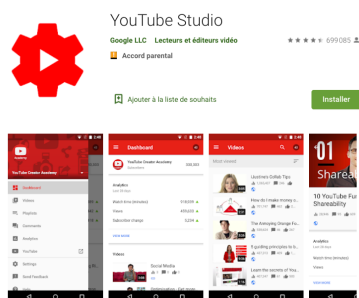
YouTube. Permet créer une chaîne depuis votre portable.

Permet créer des playlists, des liens, imbriquer, fidéliser, et informer les abonnés du nouveau contenu.

YouTube Studio. App (iOS & Android). Pour gérer, créer, planifier contenu, etc.

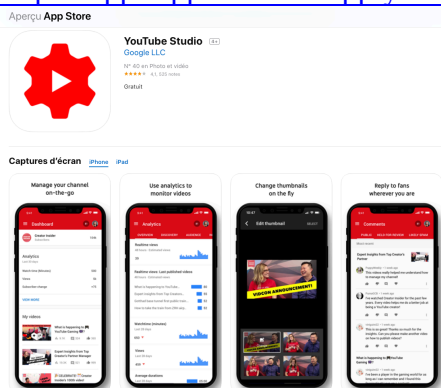
Android :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.youtube.creator&hl=fr>



iOS :

<https://apps.apple.com/fr/app/youtube-studio/id888530356>



DailyMotion fonctionne comme YouTube. L'avantage : c'est une plate-forme française. Contre : Il y a moins de public.

Vimeo : C'est une plate-forme professionnelle. La montée de vidéos peut être limitée. Bonne pour stockage mais peu de public. Bonne pour imbriquer dans des sites web, mais cette fonction existe aussi dans YouTube.

Facebook : Avantage : On peut attirer beaucoup d'audience une fois, directe sur Facebook.



Désavantages : au moment du live (directe) mais difficilement les gens reviendront après. Nous ne pouvons pas créer des listes, organiser l'historique. Beaucoup plus limité pour l'« **organisation de contenu** » (*Content curation*).

Réseaux sociaux (médias sociaux)

Facebook est le roi des médias sociaux en France.

Page FB vs Profil vs groupe.

Le **profil** est destiné à l'utilisation par personnes. Le profil est limité, pas de calendrier, pas d'événements, pas de bouton d'appel, pas de promotion, publicités, limité à 5000 amitiés.

Les **groupes**, intégrant plusieurs personnes, ouverts, fermés, secrets, mais manque les avantages de la page et du profil. Ne représente pas une institution.

Page. Parfois moins visible, mais permet la planification de publications illimitée, création d'événements, réponse automatisée pour Messenger, création d'onglets, activer les visites, création de groupes dans la page (intégrés), au style de Google sites (Google maps) votre église sera suggérée dans la recherche de « lieux » pour le grand public voisin. *Followers* illimités. Cibler l'audience (géographiquement, par âge, etc.)

Une **page Facebook** peut être gérée par plusieurs personnes, administrateurs, éditeurs et modérateurs. Donc, vous pouvez avoir une équipe autour de votre page. Préférentiellement nommés par le comité comme partie de l'équipe de communications. Avec une page vous n'avez pas besoin de partager votre MDP personnel de votre compte FB. Le pasteur et autres peuvent prendre la main en tout moment.

Apps Facebook, Messenger et Pages de Facebook.

Facebook App.

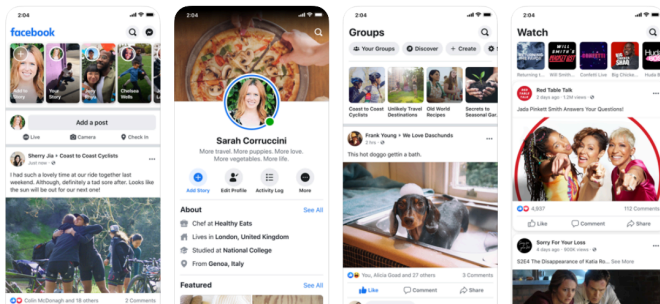
iOS <https://apps.apple.com/fr/app/facebook/id284882215>

Aperçu App Store



Facebook 12+
Facebook, Inc.
N° 5 en Réseaux sociaux
★★★★★ 3,1, 372 k notes
Gratuit - Inclut des achats intégrés

Captures d'écran iPhone iPad Apple TV





Android :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=fr>



Gestionnaire de pages Facebook Android

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.pages.app&hl=fr>

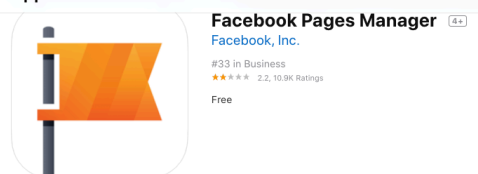


Gérez votre Page Facebook, directement depuis votre téléphone. Grâce à l'application Gestionnaire de Pages, restez informé(e) et répondez immédiatement à vos clients.

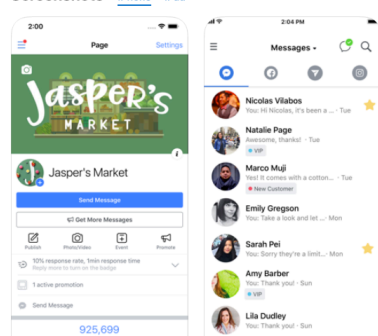
Facebook Pages Manager

<https://apps.apple.com/us/app/facebook-pages-manager/id514643583>

App Store Preview



Screenshots iPhone iPad





Gestion des médias sociaux

Récemment j'ai été confronté à la question : devrions-nous arrêter d'utiliser les médias sociaux le Sabbat ?

Même si nous voulons comme si non, la présence dans les médias sociaux est un service 24/24 heures.

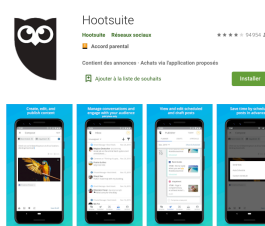
Nous devrions être attentifs à tout commentaire fait sur nos publications. Il peut arriver du Spam, commentaires haineux, ou des questions inespérées. Un cas d'étude : Le compte d'un adventiste était piraté, et le pirate commençait à publier des liens vers des contenus pornographiques sur les pages et profils adventistes et officiels. Le plus qu'on détecte cette activité, le plus vite qu'on efface les commentaires et liens publiés sur notre page.

Nous n'avons pas forcément besoin de publier tout le temps en temps réel.

Il y a des outils de gestion de médias sociaux qui sont à notre service pour nous rendre la vie plus agréable...

Hootsuite, Buffer et Everypost permettent créer manuellement et pré-visualiser les posts avec lien inclus, image customisé ou héritée depuis le post du blog/web, planifier année, mois, jour, heure et date de la publication du contenu dans un média social. Jusqu'à une source RSS, et trois comptes sociaux (incluant FB, TW et Instagram). Jusqu'à 30 *posts* en avance (10 par compte social). Plusieurs comptes et *posts* davantage sont disponibles avec les comptes payantes de chaque service.

Hootsuite :

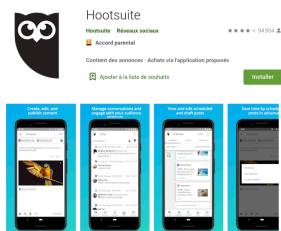


Gérez et programmez vos publications sur de multiples profils de médias sociaux sur Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram et plus encore à partir d'une seule app - Hootsuite

iOS : https://apps.apple.com/ca/app/hootsuite-social-media-tools/id341249709?_branch_match_id=761961775923820632

Android :

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hootsuite.droid.full&_branch_match_id=761961775923820632

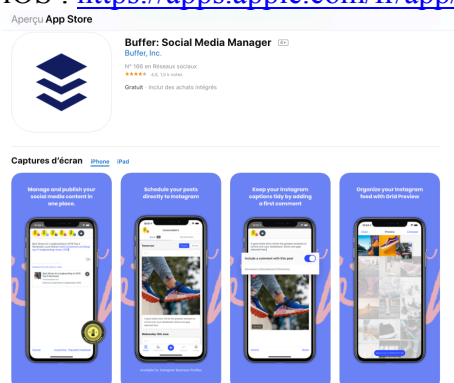


Gérez et programmez vos publications sur de multiples profils de médias sociaux sur Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram et plus encore à partir d'une seule app - Hootsuite

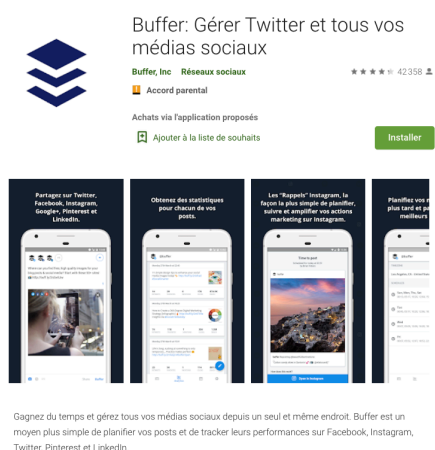


Buffer :

iOS : <https://apps.apple.com/fr/app/buffer-social-media-manager/id490474324>

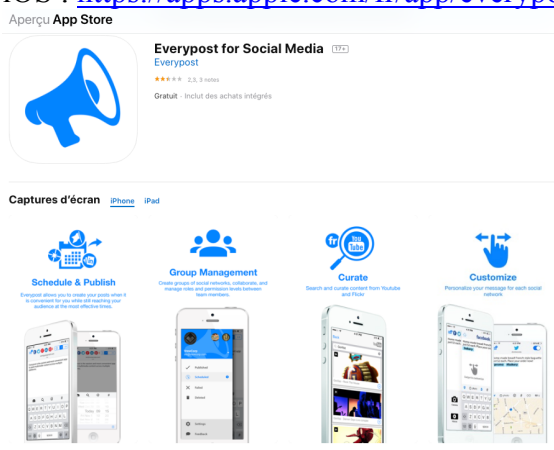


Android : <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.buffer.android&hl=fr>



Everypost :

iOS : <https://apps.apple.com/fr/app/everypost-for-social-media/id572530903>



Android :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.everypost.android.everypost>



Zappier / Automate :

Ces plateformes/services cherchent des nouveaux contenus sur des pages web, médias sociaux, (normalement travers RSS [blog/web] ou notifications « push » sur les médias sociaux) automatiquement (tous les 5 minutes, 15, ou 30, ou 1h ou 1 fois par jour, à configurer pour nous).

Sur navigateur portable :

<https://zapier.com/home>

<https://automate.io/>

Définir l'audience

Avant de rien publier, pensez, à qui vais-je m'adresser ?

Sont-ils adventistes ?

Quel âge ont-ils ?

Quel type de public est plus susceptible d'être intéressé à cette activité/contenu ?

Quel type de message vais-je diffuser ?

Travaillent-ils ?

Sont des étudiants universitaires/lycéens/explos... ?

Dépendant de quel type d'audience je veux cibler, j'utiliserais Whatsapp (personnes âgées) Snapchat (pre-adolescents), Instagram (adolescents/jeunesse), moyenne âge (Facebook), etc.

Si travaillent, il est plus probable qu'ils ouvrent leurs portables lors de la sortie du travail, durant le transport en commun, cela décidera le moment de la publication...

Selon le type de public, je devrais chercher raccourcir mon texte pour une audience habituée à l'audiovisuel, ou écrire plus pour ceux qui aiment plus la lecture.

Un langage adapté

Dès que vous publiez la plus petite chose, vous devenez visible pour **tout le monde**.

L'église n'est pas le nombril de l'univers. Ce qui intéresse les gens (public en général) est le **quoi, pourquoi, où, quand, comment, et qui**. Ce **qui** est le sujet cible qui reçoit le bénéfice de l'action, pas qui la fait.

Exemple incorrecte : « Les explos de Neuilly visitent l'hôpital pédiatrique pour faire des cadeaux aux enfants malades ».

Exemple plus acceptable (pour un public non adventiste) :

« Des enfants hospitalisés reçoivent cadeaux pour Noël »

Dans l'article nous allons expliquer qui organisé l'activité, mais pas dans le titre.



Très important : Oubliez tout jargon

Nous sommes trop habitués à nous parler à nous-mêmes :

UFB	FACSA	Union	MIFEM	Ancien
Bourgeons	Division	JA	Explos	Tissons
FFN	EDS	MAE	Sœur White	
L'Esprit de la prophétie...		La plume inspirée...		Vittel...

Même si nous nous adressons qu'à des adventistes, nous devons prendre l'habitude dès maintenant de parler comme si nous nous adressions à des **non adventistes tout le temps**.

Et cela est valable pour tous et partout dans toute plateforme.

Exemple réel :

Publié sur une page adventiste :

Soirée MIFEM à XXXXXX

C'est sur un air de *Do it Yourself* que l'équipe Mifem de XXXXXXXX a fait sa première activité en janvier dernier.

Réctification sur le site BIA-ANN :

Soirée pour les femmes à XXXXXXXX

C'est sur un air de *Do it Yourself* que l'équipe du ministère des femmes (Mifem) de l'église adventiste du septième jour de XXXXXXXX a fait sa première activité en janvier dernier.



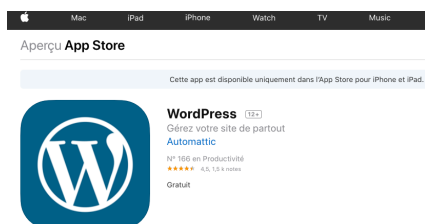
Gestion des sites web depuis votre portable.

Avec un Smartphone vous pouvez gérer certains sites. Un peu limités, mais vous pouvez gérer des sites Wordpress assez facilement.

Dès que la FFN vous facilite un site ou vous décidez avoir votre propre site, le CMS plus recommandé c'est Wordpress. Après vous pourrez gérer le site depuis votre portable.

Wordpress fournit des apps pour gérer des sites dans Wordpress.com ou des sites auto hébergés (notre cas).

Apple Store (iOS) : <https://apps.apple.com/fr/app/wordpress/id335703880>

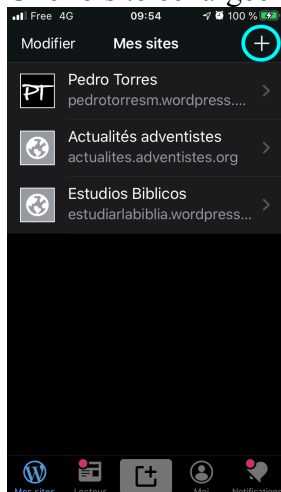


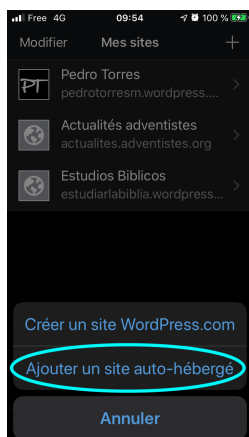
Play Store (Android) :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=org.wordpress.android&hl=fr>

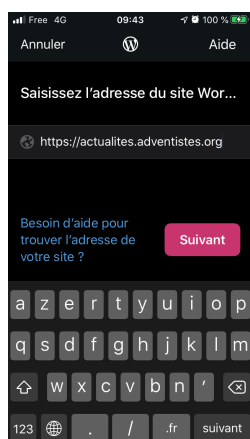


Une fois téléchargée l'App, vous devez **ajouter** une nouvelle page web.

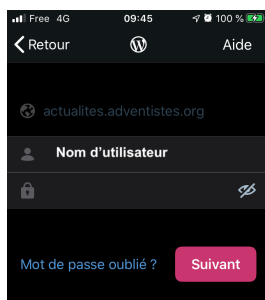




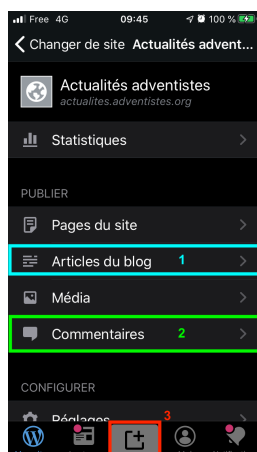
Ajouter un site auto-hébergé



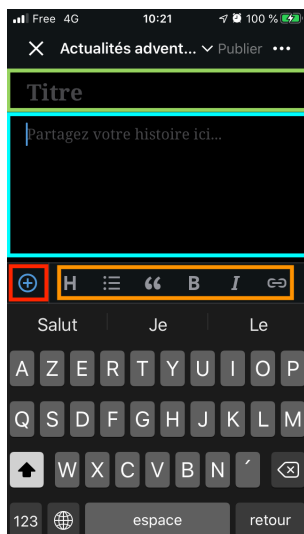
Saisir le domaine (églisexxxx.adventiste.fr)



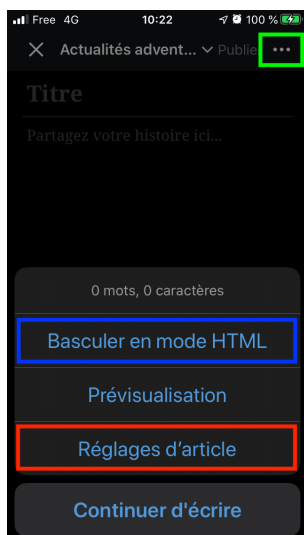
Saisir le nom d'utilisateur et MDP



Et voilà, vous aurez l'accès à la gestion du site web, modifier des anciens articles (1), modération de commentaires (2), et vous pourrez publier des articles sur le site (3).



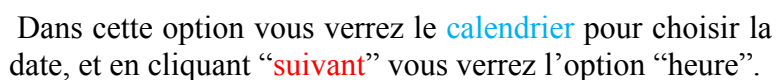
Pour publier un nouveau post, cliquez sur le (3) « plus ». Vous verrez une interface simple. Ajoutez le **titre**, et écrivez le **texte**. Vous pouvez **ajouter des images sur le symbole d'addition**, et vous pouvez **formater le texte** avec les options d'un processeur de textes basique, et même **ajouter des liens**.



Dans les options de l'article (**trois petits points en haut à droite**) vous ouvrez le menu. Pour ceux qui sont un peu plus avancés, vous pourrez **basculer au mode html**, cela vous permettra d'imbriquer certains contenus *iframe* et autres. Le plus intéressant c'est l'option **réglages de l'article**.



Dans les réglages d'article, les deux options plus intéressantes sont : **Catégories**. Cela vous permettra d'ajouter votre article sous la catégorie du menu du site correspondante. Dans **Publier**, vous trouverez des options de gestion du contenu. Ne nous intéresse pas publier n'importe quel moment, ni plusieurs articles au même temps. La meilleure stratégie est de doser vos articles pour rendre le site vivant. Si vous avez deux articles, publiez un article aujourd'hui et un autre demain.



Pas trop ni pas peu de texte. Entre 200 et 500 mots par article (moyenne de 400 mots)
La régularité dans le temps, c'est tout.

Publiez minimum 1 fois par mois sur le site web. 1 fois par semaine, ou une fois par jour !

Le titre doit contenir l'idée clé et mots clés.

Je vous suggère d'utiliser un Excel pour gérer vos publications. Voici le mien pour actualites.adventistes.org

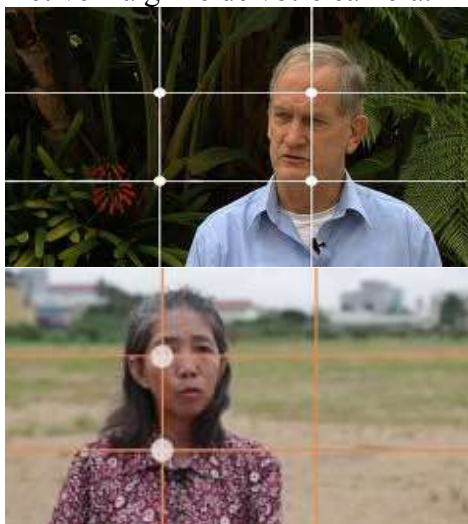
2020																																
Janvier	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
12	1																															1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
Février	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29			7
12	1																															29
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
Mars	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
12	1																															1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
18	1	1	X	1	1	1	1	1	1	X	1	1	1	1	1	X	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
Avril	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
12	1																															0
17		V																														0
18																																0
19	1						X						X							X							X					7
Mai	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
12	V							V								V						V						V				0
17																																0
18					X						X							X								X						0
19																																0
June	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
12																																0
17					V															V						V						0



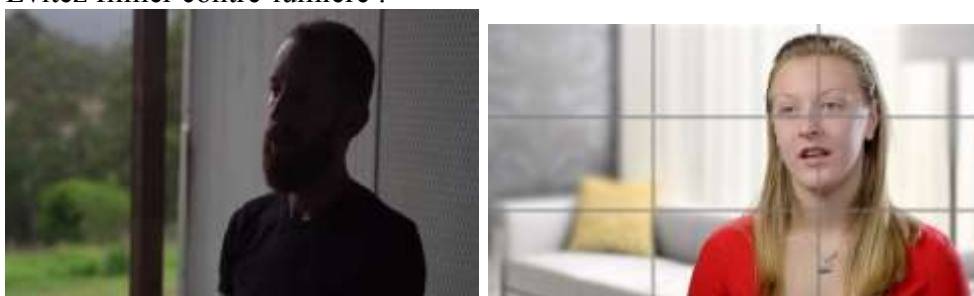
Encadrement des images et des vidéos

Les notions les plus basiques sont :

Activez la grille de votre caméra.



Évitez filmer contre-lumière :



Vidéos **TOUJOURS** en horizontale. Attention, si vous démarrez la vidéo en verticale, et vous mettez le portable en horizontale après, il va rester toujours en verticale mais avec l'image dans le sens incorrecte.

Prenez des vidéos en verticale **SEULEMENT** si vous voulez partager une Storie dans Instagram-Facebook-Whatsapp.

Pedro TORRES
Directeur du Pôle Communications