

## RAPPORT

### **THÈME : COMMUNICATION AU MOYEN DES RÉSEAUX SOCIAUX**

**Lieu :** Castellone della Presolana, le 16 Avril 2017

**Formateurs :** Carlos, León, Thomas

### **INTRODUCTION :**

Ce document-ci, est le rapport de la formation sur « la communication par les réseaux sociaux » qui a eu lieu le 16 Avril 2017 à Castione della Presolana pendant l'IJF, en tant que partie du projet EAEY (Engagement de la Jeunesse Africo-Européenne)

### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

A la fin de la formation, les participants doivent être en mesure de :

- 1- Répartir les réseaux sociaux en fonction des divers critères et comprendront les différentes fonctions de ces réseaux sociaux
- 2- Savoir qu'il existe plusieurs réseaux sociaux et que, pour atteindre plus de gens, il faut utiliser plusieurs réseaux sociaux
- 3- Répartir et utiliser différents moyens de communication et savoir spécialement là où nous en avons besoin.

### **MOTS CLEFS**

**Réseaux sociaux, communication, outils de recrutement, marketing (techniques commerciales)**

### **PARTICIPANTS À LA FORMATION**

11 personnes, de différents pays, de différents âges, participants de l' IJF

### **FORMATEURS**

Carlos Pesquera Alonso, León Kamenicky, Tomas Stano

### **MATÉRIELS NÉCESSAIRES**

**Papier colle, écran géant (remplaçable par 8 papiers A4), 8 papiers blancs (ramettes A4) 5 papiers en couleurs format A4, 3 papiers format A3, 9 papiers format A1. Huit papiers collants pour chaque participant, 1 stylo pour chaque participant, 4 tables, une chaise pour chaque participant, une salle.**

### **SCHÉMA DE LA FORMATION**

HORAIRE	DURÉE	THÈMES	DESCRIPTION
10h30	00 :02	Mots de bienvenue	Présentation des membres
10h32	00 :05		Présentation du programme
10h37	00 :10	Jeux pour faire connaissance	

10h47	-	Réseaux Sociaux	
10h47	-	Différents Réseaux sociaux	Montrer que tous n' utilisent pas le même réseau social
10h59	00 :30	Différents groupes ciblés	Groupes de travail : différents groupes ciblés(non espérantistes, espérantistes, militants)- que devons-nous faire ? quel type de recrutement devons-nous utiliser pour attirer leur attention
11h29	00 :05	Prise de conscience sur l'existence de plusieurs canaux(moyens)	
11h34	00 :10	Jeux de théorie statistiques	Les réseaux sociaux les plus utilisés(selon le nombre d'utilisateurs et selon le territoire)
11h44	00 :05	Les réseaux sociaux non permis	Discussions et présentation de la carte des zones où des réseaux sociaux ne sont pas permis
11h49	00 :05	Manipulation de plusieurs réseaux sociaux	Utilisation de différentes applications pour manipuler plus de réseaux sociaux
11h54	00 :07	Les ONG et les réseaux sociaux	Pourquoi les ONG utilisent les réseaux sociaux ?- jeu (les réponses les plus marquées de recherche)
12h01	00 :05	Discussion et résumé	
12h06	00 :25	Pause café	
12h31	-	<b>Différents outils de recrutement</b>	
12h31	00 :05	Jeu dynamisant	Zipzapzum
12h36	00 :15	Différents types d'outils de recrutement	Discussion et réflexion à propos du thème
12h51	00 :20	Éthique et Marketing	Création de liste de règles qui régissent les groupes de travail quand on suppose qu'on doit suivre quand l'on publie les techniques de recrutement
13h 11	00 :07	Conclusion	
13h18	00 :05	Feed-back	
13h23	00 :07		

## **DÉTAILS SUR LA FORMATION**

### **Mots de bienvenue**

Nous nous sommes présentés et nous avons présenté le thème de la formation. Nous demandons si les participants s'occupent déjà d'un réseau social d'une organisation espérantiste et nous avons affiché l'ordre du jour de la formation. Après, nous avons expliqué le jeu *salade de fruits* et nous avons demandé à un volontaire de résumer la formation jusqu'à la fin.

## **PLUSIEURS RÉSEAUX SOCIAUX**

Dans cette première partie, il s'agit des questions "qui utilise quels réseaux sociaux" et "qu'est-ce qu'on fait savoir sur les réseaux sociaux ?". Les participants devront comprendre qu'il existe plusieurs réseaux sociaux et doivent savoir ce qu'ils doivent afficher et sur quels réseaux l'afficher. Premièrement, nous avons commencé par un jeu de théorie. Le format A1, divisé en huit parties identifiées par les couleurs, est accroché au mur. Dans chaque cadre, il y avait l'initial du Logo d'un réseau social (Youtube, LinkedIn, facebook, Couchsurfing, Tinder, Twitter, Ipernity et Google+). Nous étions deux à aider en plus du formateur. Les deux assistants aident en parlant du bien fondé des réseaux sociaux : «les réseaux sociaux, qu'est-ce que c'est ? ». Le formateur a expliqué que lorsqu'on y pense, on remarque que les objectifs de ce genre d'outils dépendent des moyens spécifiques et des capacités de chaque réseau social. Pour cela, le formateur expliqua que nous utiliserons un ordinateur de bureau pour montrer quelques logos. Les participants ont dû coller des papiers-colles(post-it) sur le grand papier, sur les parties affichant un réseau social sur lequel ils ont un compte. Ainsi, les participants ont vu clairement l'usage de différents réseaux sociaux et leur méconnaissance.

## **DIFFÉRENTS GROUPES CIBLES**

Les participants ont été repartis en trois groupes selon qu'il existe des catégories de gens sur le réseau : espérantistes ; espérantistes virtuels et des militants (des réseaux espérantistes). Le but était de discuter à propos de quels types d'affiches chaque groupe préfère voir sur le réseau. Après cela, ils ont recueilli et résumé leurs propos. Le formateur a alors montré que quelques idées s'entrelacent et que si nous avons utilisé une autre forme de répartition, il se passera la même chose : Les participants ont compris que chaque public est complexe car les gens appartiennent à plusieurs groupes à la fois. Ensuite nous avons utilisé la technique de « la salade de fruits » avant de commencer la partie suivante. Cependant il manquait de temps. Nous avons dû donner donc quelques petits conseils sur les erreurs fréquentes, sur comment réagir devant les querelles, savoir clairement et ne surtout pas oublier les objectifs, réfléchir aux possibles réactions ou bien prendre plus de recul et comprendre les statistiques .

## **LES JEUX STATISTIQUES DE THÉORIE**

Pour que les statistiques ne soient pas toujours ennuyeuse, nous avons décidé de repartir nos participants en différents groupes de nombres inégaux, proportionnellement au nombre d'utilisateur des 5 réseaux sociaux les plus utilisés (facebook, whatsapp, Qzone, QQ, Wechat). Ensuite, nous avons répartis les gens en fonction de la grandeur du territoire où sont majoritairement utilisés les cinq réseaux les plus importants (facebook, Vkontakte, Qzone, Facenama, Odnoklassiniki) . Les formateurs ont pu observer que quelques uns d'entre eux ont changé et aussi que le nombre de gens dans les différents groupes était différent. Ils étaient évidemment interrogés pour savoir selon quel critère pensent-ils qu'ils avaient été répartis. Ils avaient en main de petits papiers avec les divers symboles des réseaux sociaux, qui auparavant étaient repartis au hasard. En communiquant avec les différents groupes, on a aussi eu une discussion intéressante à propos des différents usages des réseaux sociaux

(parce que certains participants ne connaissaient pas quelques uns d'entre eux). On a profité du fait que le groupe étaient composé de gens de divers horizons donc ils peuvent eux-mêmes se donner plus d'éclaircissement sur les réseaux sociaux les uns aux autres.

**Supplément : Informations fondamentales sur les réseaux sociaux, mentionnées dans les jeux statistiques**

### **RÉSEAUX SOCIAUX NON PERMIS**

Il existe aussi un autre aspect dont il faut nécessairement se rappeler lorsque l'on parle de l'utilisation des réseaux sociaux. Il s'agit du fait que dans certains pays du monde, les réseaux sociaux les plus utilisés ailleurs sont interdits. On a discuté de ces histoires quand on était encore dans les groupes ; selon les statistiques de la partie précédente. On a simplement demandé aux participant comment les informations pourraient atteindre leur amie imaginaire en Chine, ami, qu'ils veulent voir participer à leurs activités organisées dans le cadre de l'Esperanto. (quel réseau social devrait être utilisé alors ? Faut-il publier des vidéos ?...). Ensuite, pour développer la discussion, nous avons préparé une carte, où l'on pouvait voir plus facilement où est-ce que facebook, Twiter et Youtube ont été interdits. On a aussi parlé brièvement des motifs qui pourraient expliquer leur prohibition (exemple, la situation politique, le problème du contenu...)

### **LES ONG ET LES RÉSEAUX SOCIAUX**

En utilisant les données du parcours, nous avons créé deux équipes qui devraient classer très rapidement selon l'ordre de fréquence, les réponses. « Pourquoi votre ONG utilise les réseaux sociaux ? » Les deux équipes ont rapidement classé et ont aussi réussi à s'entendre sur des points en faisant une liste de réponses allant de la plus courante à la moins courante. Après, nous avons passé en revue leurs résultats et, si les deux groupes ont commis quelques petites erreurs, c'était en grande partie, proche des résultats officiels. Cela c'est produit car les gens qui utilisent déjà eux-mêmes un réseau social pour le compte de leur association ont aussi participé à la formation ; pour cette raison, c'était souvent intéressant d'observer la discussion quand les formateurs entre eux se partageaient de bonnes pratiques.

### **MANIPULATION DE PLUSIEURS RÉSEAUX SOCIAUX A LA FOIS**

Si l'on se rend compte du fait qu'on a besoin d'agir sur plusieurs réseaux sociaux pour des raisons différentes, on doit aussi savoir comment le faire plus efficacement. Heureusement, il existe des applications, des réseaux, qui aident à manipuler plusieurs réseaux sociaux à la fois. Ces applications, au-delà de cet usage, permettent aux acteurs des réseaux sociaux de voir des rapports et des statistiques sur la base de divers critères. Hootsuite, est l'un des plus utilisés car il est possible d'avoir un programme gratuit qui permet de manipuler trois réseaux sociaux en même temps. Que signifie en réalité le mot « manipuler », spécialement lorsque l'on parle des réseaux sociaux? Il s'agit surtout de

planifier quand, tel ou tel outil de communication doit être publié. Il importe par exemple d'atteindre des groupes spécifiques d'utilisateurs, par exemple un groupe de gens qui s'intéresse au championnats du monde de football.

## **DIFFÉRENTS TYPES D'OUTILS DE RECRUTEMENT**

La mise en ordre de différents types d'outils de recrutement selon que l'on les utilise sur les réseaux. Indication des objectifs principaux (ce qu'ils poursuivent) et aussi le réseau social dans lesquels ils sont les plus utilisés. Il existe plus de types d'outils de recrutement et nous avons discuté des quatre les plus utilisés :

### **Les vidéos**

L'outil le plus utilisé est la vidéo. Son objectif principal est non seulement de distraire mais aussi de présenter une idée de la chose ou du sujet dont on fait la publicité. D'autres buts, c'est la vente efficace, (Il peut éclaircir le sujet en question, par exemple les avantages et inconvénients) et la connaissance du sujet. Les vidéos sont les plus utilisés sur les réseaux comme Youtube, Facebook ou bien Whatsapp.

### **Les photos**

Le deuxième outil le plus utilisé est la photo. Son objectif principal est de raconter (c'est pour cela que les photos doivent être toujours pleines d'émotions). Les photos aussi devraient occasionner des points de vue sur le sujet et d'amener les gens à parler du produit et d'apporter une certaine contribution de leur part pour ainsi s'impliquer dans la situation. Les photos sont surtout utilisées sur Instagram, Facebook, et Snapchat

### **Les articles**

Ensuite, nous avons aussi les articles. Son but fondamental est d'augmenter le nombre d'intéressés au sujet et aussi de porter l'affaire à connaissance. Au moyen de l'article, nous pouvons atteindre un grand public et cet outil-ci est presque toujours connecté via un lien (à cause de sa grandeur) et avec d'autres outils (ex : photos ou affiches). Les articles sont spécialement utilisés sur facebook et Google+.

### **Les affiches**

En dernière position nous notons l'affiche. Son but principal est d'attirer l'attention des gens et de les convaincre, pour qu'ils s'engagent. Un autre but aussi est la présentation d'une idée. Nous utilisons les affiches surtout sur Facebook, Twiter ou Linkeldln.

## **ÉTHIQUE ET MARKETING**

Pendant la publication des outils de communication, il est important de suivre quelques règles. Dans chaque pays, il existe un codex qui contient des règles à propos de l'éthique de la communication et de la publicité. De par les groupes de travail, nous avons

créé une liste de règles. Premièrement, nous avons divisé un groupe en 4 petits groupes (affiches, articles, photos, vidéos) et dans chaque groupe, on doit inscrire ce qu'on peut ou qu'on ne peut pas faire quand nous publions les outils de communication. Après, nous avons réuni d'un côté les groupes travaillant sur la vidéos et la photos (à cause de leurs points communs) et de l'autre ceux concernant les articles et affiches (également, ils présentent plus de similitudes qu'avec les autres). Ainsi dans les groupes, les gens ont recueilli les points communs et ceux divergents sur un papier qu'ils ont ensuite présentés. Grâce à ces points similaires nous avons créé une liste de règles que nous devons respecter quand nous publions un outil de communication et nous avons vu que c'est plus ou moins similaire avec les codes éthiques de différents pays.

### **Supplément 1: Les informations sur les réseaux sociaux mentionnés dans les jeux de statistique**

**Facebook** : en français livre du visage

- Un réseau d'interconnaissance lancé depuis le 4 février 2004
- (remarque : ce réseau social était déjà présenté dans le bloc précédent. Donc nous nous sommes efforcé à voir si tous les participants l'ont bien assimilé)
- page du réseau social : [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

**Qzone** :

- Lancé en 2005
- Le contenu est surtout les blogs, vidéos, musique avec la possibilité d'envoyer les photos
- Il appartient à la compagnie chinoise Tencent
- Page du réseau social : [www.qzone.qq.com](http://www.qzone.qq.com)

**QQ** :

- Ancienne version de ICQ, (un formateur se demande si les participants se rappellent cette application)
- Remarque : il est compliqué de distinguer précisément l'époque où ils se sont transformé d'un outil de messagerie instantanée vers un réseau social.
- Il appartient à la compagnie chinoise Tencent
- C'est le plus utilisé et le plus célèbre en Chine
- Page du réseau social : [www.qq.com](http://www.qq.com)

**Whatsapp** :

- C'est une application muni d'un système polyvalent de messagerie instantanée gratuite
- On y peut partager des images, des films, des messages audio-visuels
- Cela appartient à l'entreprise Facebook depuis 2014
- Kominform intéressant, un client d'androïde-market a créé le télégramme en 2015

**Wechat** :

- Lancé depuis 2011
- Il appartient à la Compagnie chinoise Tencent
- Une messagerie instantanée plus moderne fondée pour sortir du marché chinois : finalement cela n'a pas marché
- Ttt-page du réseau : <https://www.wechat.com>

### Vkontakte :

- C'est le plus grand réseau social en Europe utilisé surtout en Russie
- Il fonctionne comme Facebook
- Page du réseau : <https://VK.com>

### Odnoklassniki

- C'est un réseau pour les élèves, étudiants de la même classe à l'école (on l'utilise aussi pour la communication entre les parents d'élèves de la même classe et les enseignants à propos des résultats, des problèmes, etc.)
- Page du réseau : <https://OK.ru>

## **RÉSUMÉ ET FEED-BACK**

Nous avons commencé la dernière partie, en demandant à un volontaire de résumer toute la séance de formation. Après sa présentation, nous avons amélioré quelques points et rappelé aux participants les objectifs principaux de la formation. Après avoir fini et remercié les participants ; nous leur avons demandé un feedback. Nous avons utilisé des questionnaires de feedback du projet et des boîtes en carton pour les récupérer. Nous avons reçu huit réponses ; l'une d'entre elles, au lieu de suivre la méthode des questionnaires était plutôt un commentaire de deux pages.

### **Feed-back**

Le formulaire contenait 24 questions parmi lesquelles, 16 étaient des questions d'ordre quantitatif. Voici les résultats de la moyenne.

J'ai acquis de nouvelles connaissances pendant la formation	4,14
J'ai acquis des compétences que j'utiliserai à l'avenir	3,86
J'ai révisé et amélioré des compétences que j'avais avant	4,14
Les exercices proposés sont nouveaux pour moi	4,00
J'ai trouvé efficaces les exercices proposés	4,43
Ce que j'ai appris pendant cette formation me sera utile pour mes activités	4,43
Les buts de la formation étaient clairs	4,71
Les formateurs maîtrisent bien le thème	4,71
Le niveau de la formation répond à mes attentes	4,71
Les formateurs ont présenté le thème de façon claire et compréhensive	4,57
Les formateurs ont su engager tout le monde pendant toute la formation	5,00
Équilibre entre théorie et pratique	4,71
Les formateurs ont bien répondu aux questions	4,86
Le niveau de difficulté de la formation (1 trop difficile, 5 trop facile)	4,00
Le rythme de la formation était convenable	4,00
Impression générale de la formation	4,00

Tous les participants qui ont répondu, pensaient qu'ils conseilleraient la formation à leurs amis et ils étaient tous contents du résultat. Voici les réponses non évaluables en quantité sans le nom des répondants.

Quel est ton degré de satisfaction sur le contenu
Content
Très content
Suffisamment satisfait, j'avais peur de m'ennuyer, mais c'était plus interactif que je ne m'attendais
5/5
Beaucoup
J'ai déjà connu beaucoup de choses, cependant le contenu était bon et intéressant
Le contenu était divertissant et intéressant

Degré de satisfaction pour les formateurs
Très content
Motivants, et ils ont parlé et discuté
Sympathiques
5/5
Bonne présentation
Eveillés et clairs mais quelques fois ne parlent pas clairement
Les formateurs ont tout bien expliqué

Degré de satisfaction à propos des moyens mis en œuvre
Comme toujours
-
De bonnes et belles affiches
Bien
Très agréables
Salle, écho, généralement bons et interactifs
-

Que proposez-vous pour améliorer la session
-
Plus de détails, peut-être ce serait trop long, une deuxième partie serait intéressante si les moyens le permettent
-
Rien, pour moi tout est en ordre
Ne pas coller les nouveaux papiers sur les anciens
Plus d'activités pratiques, création d'affiches, traitement sur le contenu de affiches lui-même
-

Quels sont vos gains personnels fondamentaux dans cette session ?	Pourquoi ?
-	-
De différents réseaux autorisés/bloqués à travers le monde	Plus d'éclaircissement sur comment être plus efficace sur les réseaux
Existence de plusieurs réseaux sociaux	intéressant
Comment utiliser le réseau pour nos activités	Très intéressant



Quels sont les pages web qui sont importants et où le sont-ils ?	Même pour les amateurs, il y a beaucoup à apprendre et c'était divertissant
-	Pourvu que la formation soit motivante et amusant