Facebook

# Intérêt :

Concernant les formations, Facebook a peu d’intérêt ou un intérêt indirect.

Par contre, il a un intérêt pour le congrès, la revue et l’expertise.

L’Afdet ne garde aucun contact avec ses stagiaires. Le bouche à oreille doit principalement se faire à l’intérieur d’un établissement mais de par le manque d’outils relais ou d’espace d’échange, cette publicité gratuite n’est pas pleinement utilisée.

Facebook est facile à « partager ». Les contacts des inscrits à la page Facebook peuvent voir les statuts que leur ami à partager, aimer ou commenter. Il est également facile de montrer une page Facebook à quelqu’un. Cela amplifie le bouche à oreille. Cela peut donc permettre de conquérir d’autre établissement pour le congrès, la formation et surtout la revue (si elle est bien vendu et deviens attractive)

Par ailleurs, c’est un espace où l’Afdet peut s’exprimer. Le site montre en rien le statut d’expert de l’Afdet. En partageant des articles, en proposant des pistes de réflexions, en étant alerte à l’actualité, en commentant ce qui est fait, l’Afdet peut se donner une identité d’expert pour tous, et non pas seulement pour les personnes qui sont déjà client.

De plus, cela correspond très bien au positionnement de l’Afdet sur des valeurs de convivialité.

# Tache :

**Phase de préparation :**

* Définir l’atmosphère de la page
* Rédiger la présentation de l’Afdet
* Définir la cible de la page
* Définir la fréquence de publication minimum
* Définir un/des référents
* Créer les visuels nécessaires à la page (image de profil + image de couverture)
* Intégrer la notion de réseaux sociaux dans les supports de communication

**Entretien de la page**

* Augmenter le public de la page
* Assurer les publications
* Etre à l’écoute des commentaires / y répondre
* S’adapter en fonctions des demandes et/ou des tendances de Facebook

**Attention :** Les réseaux sociaux, c’est un métier. Etre sur Facebook et gérer une page Facebook entreprise, c’est 2 choses différentes

Linkedin

# Intérêt

La forme de LinkedIn est semblable à Facebook mais l’atmosphère y est complétement différente. On y parle entre professionnel. La vie privée y est absente.

L’intérêt est d’y toucher des personnes et de les impliquer davantage. LinkedIn est semblable à un réseau professionnel. Il y existe des pages entreprises et des pages contacts. De par le statut de réseau purement professionnel, il est plus difficile de générer une communauté mais celle-ci est beaucoup plus attentive et réactive. L’intérêt est le même que sur Facebook.

La notoriété d’une entreprise sur LinkedIn passe surtout par la notoriété de ces membres/employés (surtout dans le cas de l’Afdet). Il faudrait donc créer des pages pour certains membres de l’Afdet (a priori les formatrices et des membres des comités) qui servirait de passerelle. C’est ce qui se passe déjà mais hors internet.

# Tache :

**Phase de préparation :**

* Définir l’atmosphère de la page Afdet
* Définir les représentants de l’Afdet
* Rédiger la page Afdet et les pages représentants
* Définir la cible de la page
* Définir la fréquence de publication minimum
* Définir un/des référents pour la page Afdet
* Choisir/créer les visuels pour la page Afdet et les pages représentant (photo de profil)
* Intégrer la notion de réseaux sociaux dans les supports de communication

**Entretien de la page**

* Augmenter le public de la page et développer le réseau des représentants
* Assurer les publications
* Etre à l’écoute des commentaires / y répondre
* S’adapter en fonctions des demandes et/ou des tendances de Linkedin

Lorsque j’ai tapé « éducation thérapeutique » sur Facebook, j’ai trouvé peu de chose.

Un page sur l’enseignement en suisse où on peut trouver de la publicité et un lien pour le congrès de la SETE. Cela veut dire une opportunité

