



Quelles attitudes adopter sur les réseaux sociaux à l'heure du confinement ?

À l'heure où les réseaux sociaux s'affirment comme fenêtre sur le monde et comme rempart à l'isolement, nous tenions à vous rédiger quelques mots sur l'attitude à avoir en tant que marque. Évidemment, ceci n'engage que nous et on vous laisse libre d'adapter ces pensées à votre activité, à vos idées et à vos impératifs. Prenez soin de vous, le soleil revient bientôt.

1. Prendre un temps de recul

La première semaine de confinement a permis de marquer un temps d'arrêt et de laisser aux fans, followers, abonnés, internautes le temps de réaliser. D'encaisser la nouvelle. Peut-être avez vous suspendu vos publications. Quelques jours. Pour laissez passer la vague de messages de journalistes, médecins, politiques et annonces officielles. Dans un feed saturé d'informations, votre message aurait été au mieux non lu, au pire très mal interprété.

2. Regardez autour de vous

Une fois la nouvelle routine installée et le confinement devenu un nouveau quotidien, ouvrez les yeux. Que font vos concurrents ? Ont-ils communiqué quand vous avez arrêté ? Ont-ils continué leur campagne ? Un bon outil pour le

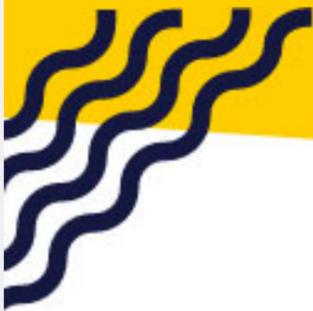
savoir : <https://www.facebook.com/ads/library>

Comment la communauté a-t-elle réagi aux différentes publications ? Le discours de marque a-t-il changé ?

Toutes ces informations vous seront utiles pour la suite.

3. Ne restez pas muet !

Une fois les points 1 et 2 traités, il est temps de reprendre la parole. Petit à petit. Reprenez la parole. Doucement d'abord pour jauger les réactions. Mais parlez. Rapprochez-vous de votre communauté, elle vous attend.



4. Repensez vos posts.

Vos posts prévus bien avant la crise ne sont plus d'actualité. Ce que vous avez écrit il y a 15 jours a peu de chance de fonctionner aujourd'hui. Relisez-vous. Vous aviez des posts programmés ? Vérifiez-les et si besoin suspendez-les ! Effacez tous les sujets qui incitent à l'achat. Qui font directement la promotion de votre marque. Pensez utilité et divertissement. Nul besoin d'être alarmant et anxiogène dans cette période. Renforcez le sentiment d'unité. De communauté. Ensemble, on surmontera cette crise !

5. Priorité à l'humain !

Plus que jamais, mettez-vous en empathie. Qu'avez-vous envie de lire, de regarder, de tester ou faire alors que vous êtes chez vous depuis maintenant 3 jours ? Quel contenu utile, pédagogique ou divertissant aimeriez-vous découvrir ? Une idée qui vous plaît ? Mettez-là par écrit. Parlez-en à vos collaborateurs, à vos proches ou à votre chat et testez-là. Si elle plaît, elle plaira à votre communauté !

6. Pas d'humour. De la légèreté oui.

Trop tôt. Trop compliqué et tellement subjectif, n'allez pas sur le terrain de l'humour. Montrez que vous avez pris la mesure des événements. Sans être alarmiste et solennel, soyez humain, dans l'émotion et dans la vérité du moment. On ne pardonnerait pas à une marque qui occulte totalement le paysage extérieur.

7. Évaluez la légitimité de vos campagnes

Voici un point intéressant. La place du sponsoring ces jours-ci. Si une communication organique est rassurante et peut être accueillie avec beaucoup de plaisir, une publication sponsorisée peut faire l'objet de méfiance. Aussi, si vous avez prévu de lancer une campagne, réfléchissez à sa pertinence dans ce contexte. Oui, votre audience est disponible. Oui, elle aura besoin de vos services et/ou de vos produits. Mais soyez bienveillant. Ne vous appropriez pas le confinement et n'en profitez pas. Offrez un peu plus que d'habitude dans la mesure de vos capacités. Et surtout, apportez du soutien à votre communauté. En commentaire, en message privé... Soyez présent. Disponible et à l'écoute.



www.mindoza.fr

**Management de l'innovation,
communication, plateforme digitale,
réseaux sociaux, événementiel.**

Aix-en-Provence

365 Avenue Archimède,
13799 Aix-en-Provence, France
+33 4 42 24 85 52

Paris

8 Rue de la Rochefoucauld,
75009 Paris, France
+33 1 77 75 66 10

