



U M I H

UNION DES MÉTIERS ET
DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE

Service communication

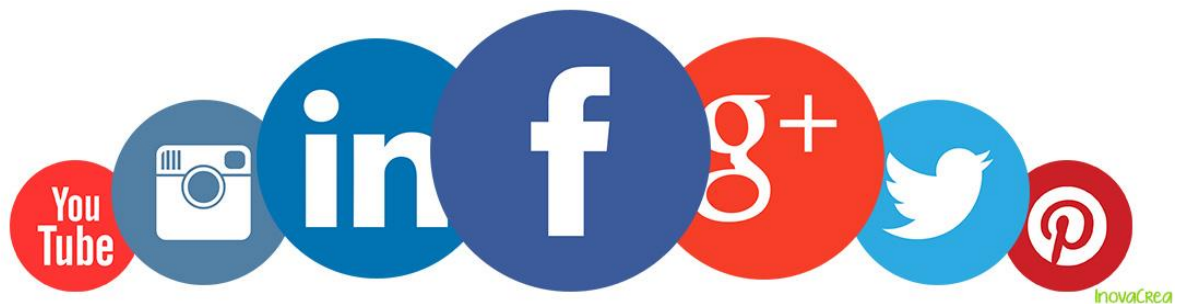
15/02/17

Guide pratique sur les réseaux sociaux



Partie 1

Les réseaux sociaux



InovaCrea

I. Présentation des réseaux sociaux

Les « réseaux sociaux » sont un phénomène mondial né aux Etats-Unis peu de temps après l'explosion d'Internet dans les années 1990.

Leur naissance est souvent associée au développement des applications Web 2.0. C'est en 1995 qu'est né le premier réseau social appelé réseau Classmates.com. Ce site avait pour objectif d'aider ses inscrits à retrouver leurs amis d'école. Mais ce site n'offrait pas toutes les fonctionnalités des réseaux sociaux actuels !

Le premier à réunir toutes les fonctionnalités de base d'un réseau social fut Sixdegrees.com, en 1997. Il permettait de créer un profil, des listes d'amis et à partir de 1998 de surfer sur ces listes. Malgré des millions d'utilisateurs, le site a fermé en 2000 faute de rentabilité économique.

Facebook est le 1^{er} réseau social mondialement connu. Son ascension a été phénoménale dès son ouverture en 2007. En France, son développement s'est accéléré après sa traduction en français le 10 mars 2008.

II. Quelques chiffres sur les réseaux sociaux

Dans le monde :

- 3,715 milliards de personnes ont accès à Internet (sur plus de 7,357 milliards de « terriens »)
 - **Dont 2,206 milliards utilisent les réseaux sociaux chaque mois**
 - Dont 1,925 milliards sont actifs sur mobile
- 518 400 nouveaux utilisateurs rejoignent Facebook chaque jour
- 196 millions de photos sont partagées chaque jour sur Facebook en 2015
- 2 milliards de recherches sont effectuées chaque jour sur le moteur de recherche de Twitter

En France :

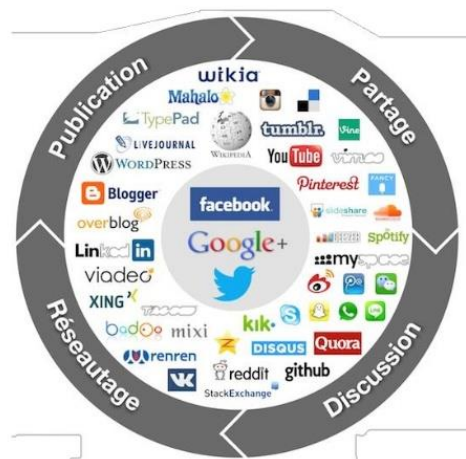
- 52% des Français de plus de 12 ans sont inscrits sur au moins un réseau social.

- Les réseaux sociaux ont conquis 7 millions de Français.
- 1 minute sur 5 passée sur les appareils mobiles est consacrée à Facebook
- 50 millions d'entreprises utilisent aujourd'hui ses outils, dont 1 million en France

Consultez en temps réel les chiffres clés sur les réseaux sociaux : <http://www.leptidigital.fr/reseaux-sociaux/chiffres-reseaux-sociaux-temps-reel-6335/>

III. Rôles et spécificités de chaque réseau social

Actuellement, il existe environ 200 sites dans le monde appelés « réseaux sociaux », avec chacun un objectif bien précis.



Par exemple :



- **Facebook** : service de Réseautage social en ligne permettant de publier des informations (photographies, liens, textes, etc.) en contrôlant leur visibilité par différentes catégories de personnes



- **Twitter** : on cible les annonceurs, les journalistes et les passionnés. Ce réseau social est basé sur l'actualité dite « Chaude ». Il vous permet de faire de la vielle sur un secteur d'activité.



- Les réseaux sociaux **Instagram** et **Pinterest** sont basés sur le partage de photos. L'objectif est de faire « rêver » l'internaute à travers des photos d'ambiances.



- **LinkedIn** est orienté business. Ses objectifs sont la création d'une identité numérique professionnelle, la mise en place d'un carnet d'adresse professionnel numérique et le développement d'un réseau professionnel.



- **Snapchat** a une cible plus jeune puisque 71% de ses utilisateurs ont moins de 25 ans. L'objectif de ce réseau social est de diffuser des vidéos ou photos éphémères à ses amis.

IV. Pourquoi communiquer sur les réseaux sociaux

Les médias ou réseaux sociaux sont aujourd'hui incontournables. En les utilisant comme outil de communication, vous gagnez des opportunités de séduire, engager et fidéliser l'adhérent et prospecter de nouveaux adhérents.

Attention, utiliser les médias sociaux ne se résume pas à créer une page Facebook ou un compte Twitter. Vous devez être présent, mettre à jour vos pages régulièrement, créer du contenu pour créer de l'adhésion.

Voici les principaux objectifs des réseaux sociaux :

1. Créer avec votre communauté une relation de proximité. En effet vous devez entretenir une relation avec vos internautes (adhérents, partenaires, non adhérents...), il est donc important de communiquer régulièrement. C'est-à-dire plusieurs fois par semaine tout en variant le contenu pour pas ennuyer la cible.
2. Faire une veille quotidienne sur les secteurs du tourisme et des CHR. Il est donc important de vous abonner à des médias du type Le monde, le Figaro, les Echos etc. Vous pouvez reposter plusieurs fois par semaine des articles de presse sur votre page Facebook pour l'animer. Attention à ne pas reposter n'importe quel article de presse, l'objectif étant de montrer que vous êtes spécialisé dans un secteur : celui du tourisme et du CHR..
3. Faire connaître l'UMIH, fidéliser vos adhérents et faire adhérer de nouveaux professionnels.

Partie 2

Facebook



I. Lexique Facebook

PROFIL : le profil d'un utilisateur, c'est son compte personnel. Vous retrouverez sur votre profil toutes les informations que vous avez renseignées lors de la création de votre compte. Votre profil est donc « ami » avec d'autres profils. Un profil ne peut avoir plus de 5 000 amis.

PAGE : il s'agit de pages officielles d'organisations (marques, entreprises, associations, festivals, magasins, émissions de télé, etc.) ou de personnalités (groupes de musique, chanteur, animateur, homme politique, etc.). Si vous aimez (likez) une page, vous en êtes « fan ». Vous n'êtes pas « ami » avec une page.

FIL D'ACTUALITE : c'est la première chose que vous voyez en ouvrant Facebook. Ce sont les nouvelles de vos amis, des pages que vous aimez et parfois celles que vous n'aimez pas encore mais qui sponsorisent des publications pour apparaître dans votre fil d'actualité et générer une action de votre part (un like, un commentaire, un partage).

MUR OU JOURNAL : ce sont toutes les publications que vous retrouvez lorsque vous allez directement sur votre profil, celui d'un ami ou la page d'une organisation. Vous pouvez également publier (c'est-à-dire écrire) sur le mur / journal d'une autre personne ou d'une page.

DEMANDE D'AMITIE : Un profil d'un utilisateur souhaite devenir votre ami.

IDENTIFICATION : Lorsque vous publiez une information (texte, photo, vidéo), vous pouvez identifier une personne et créer un lien vers son profil. Par exemple, vous pouvez marquer une photo pour identifier les personnes qui y apparaissent ou publier un statut et préciser avec qui vous êtes. En identifiant une personne, toutes les personnes qui peuvent voir votre statut pourront cliquer sur le nom de votre ami et accéder à son profil. Votre nouveau statut apparaîtra également dans le journal de votre ami.

Comment faire ? Pour identifier vos amis dans une publication, il suffit de mettre le signe @ suivi du nom de votre ami. Celui-ci recevra une notification et pourra ainsi être informé de votre publication.



LIKE : action d'aimer un contenu (vidéo, photo, citation...) ou une page. Ce terme est souvent utilisé dans le jargon Facebook.

II. Se lancer avec Facebook

Nous vous conseillons de créer **une page Facebook** pour votre UMIH départementale qui devra être adossée à un profil (celui de votre Président par exemple). Une page pour une organisation est plus facile d'utilisation qu'un compte.

Nous allons donc vous accompagner pour créer votre profil afin de créer ensuite la page de votre UMIH départementale.

ATTENTION !

Si vous avez déjà un profil / compte personnel pour votre UMIH départementale à la place d'une page, il est préférable de changer l'intitulé du nom du compte avec le nom de président et de créer à partir de ce profil une page Facebook. Ce changement est indispensable pour une meilleure visibilité de votre syndicat. Il est plus facile également pour un internaute d'aimer une page Facebook que de demander en amis un compte Facebook.

→ Cf. Annexe - Procédure pour le changement d'un compte à une page

1. Créer un profil

Etape #1 - Inscription

Sur la page d'accueil www.facebook.fr, inscrivez-vous et remplissez les données ci-dessous avec celles de votre Président de département

Exemple avec Roland HEGUY



Inscription
C'est gratuit (et ça le restera toujours)

Roland Heguy UMIH

roland.heguy@umih.fr

roland.heguy@umih.fr

.....

Date de naissance
1 jan 2017 Pourquoi indiquer ma date de naissance ?

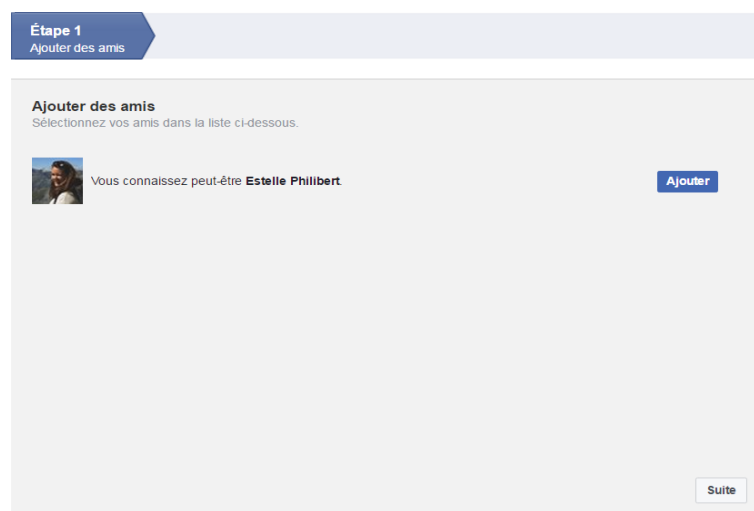
Femme Homme

En cliquant sur Inscription, vous acceptez nos Conditions et indiquez que vous avez lu notre Politique d'utilisation des données, y compris notre Utilisation des cookies. Vous pourrez recevoir des notifications par texto de la part de Facebook et pouvez vous désabonner à tout moment.

Inscription


Pour le nom, **ajoutez « UMIH »** à côté du nom de famille pour ne pas faire doublon avec le compte personnel de votre président (s'il en possède déjà un).

Appuyer sur **Inscription**.



Étape 1
Ajouter des amis

Ajouter des amis
Sélectionnez vos amis dans la liste ci-dessous.



 Vous connaissez peut-être **Estelle Philibert** **Ajouter**

Suite

Appuyer sur **Suite**

Bienvenue sur Facebook, Roland.

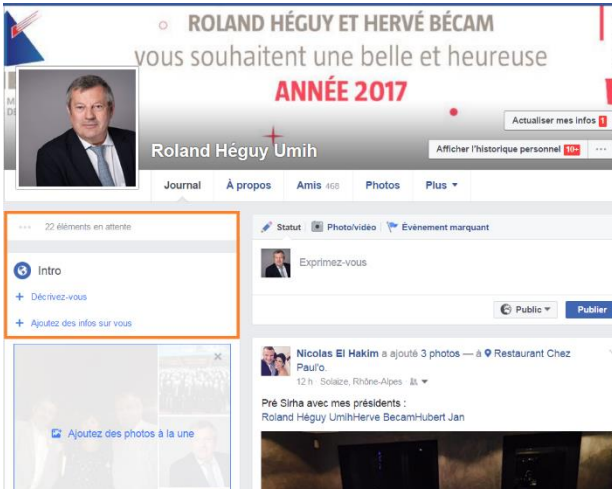
- 1 Recherchez dans votre boîte e-mail les amis déjà sur Facebook**
En moyenne, l'outil de recherche d'amis permet de retrouver une vingtaine de personnes sur Facebook. Avez-vous retrouvé tous vos amis ? Essayez !

Nous ne pouvons pas encore importer de contacts à partir de cette adresse.
Vous pouvez essayer l'une de nos adresses e-mail prises en charge.
- 2 Vos paramètres de confidentialité**
C'est vous qui contrôlez ce qui est communiqué aux autres personnes et aux applications sur Facebook.
[Suivre le guide](#)

- 3 Téléchargez une photo de profil**

[Supprimer votre photo](#)

Remplir les données ci-dessus et **ajouter une photo** de votre Président. Si vous n'avez pas de photo au moment de la création du compte, vous pourrez en ajouter une plus tard.

Ca y est, Votre compte est créé !

Etape #2 – Ajouter des informations à votre compte



Remplir les informations générales (à gauche).

Dans INTRO, **appuyer sur +** à côté de « Décrivez-vous » et **spécifiez « Président de l'UMIH « département »**.

Ajouter une photo de couverture pour rendre le profil plus dynamique. Pour ajouter une photo de couverture il vous suffit **d'appuyer sur l'icône « Appareil photo »** en haut à gauche de votre profil et choisir une photo. La taille de l'image pour la photo de couverture doit être de : 851*315 pixels.

Etape #3 – Ajouter des amis

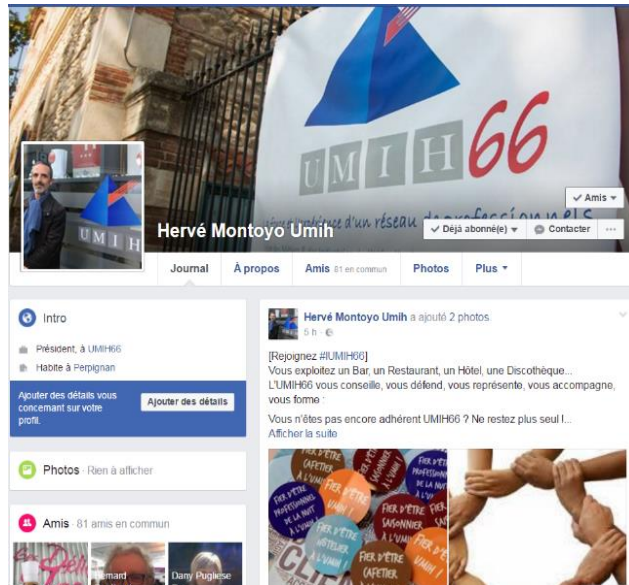
Commencez par ajouter Roland HEGUY UMIH !



- 1 Faire une recherche dans la barre de recherche (photo ci-dessus)
- 2 Taper le nom et prénom de la personne recherchée. Il se peut que plusieurs personnes homonymes sortent dans le résultat de la recherche. Choisir la bonne personne puis cliquer sur la photo de la personne recherchée.
- 3 Le profil de la personne apparaît. **Appuyer sur Ajouter** en haut à droite. La personne reçoit alors une notification de demande d'amitié qu'elle peut accepter ou refuser.

Ce profil permettra à votre Président d'augmenter sa visibilité et de créer une certaine proximité avec ses adhérents. N'hésitez pas alors à aimer les pages de vos adhérents et à ajouter des connaissances et des personnalités de votre département. Exemple : le Maire de votre ville, les députés de votre département, etc.

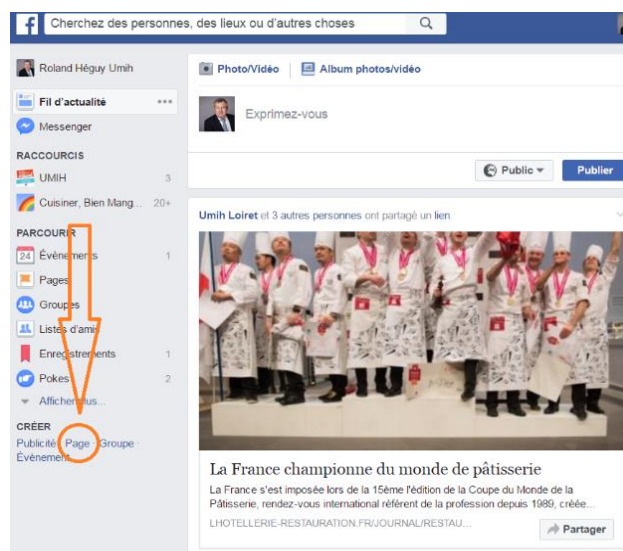
Attention ce profil doit être professionnel et non personnel. Les publications doivent concerner le secteur du tourisme, la vie de l'UMIH.



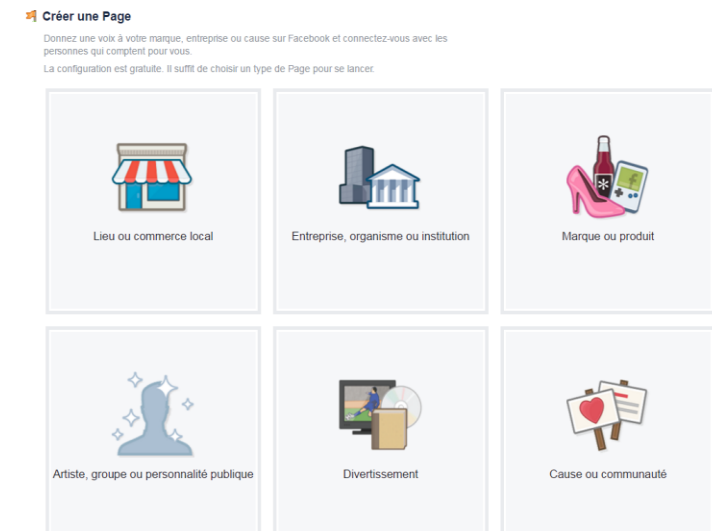
Le compte est créé, vous pouvez maintenant créer la page Facebook pour votre UMIH départementale.

2. Créer une page Facebook

Cliquer sur **Créer une page** en bas à gauche.



Cliquer sur **Entreprise, organisme ou institution**



Choisissez **Syndicat** et inscrivez **UMIH + votre département** puis appuyer sur **Démarrer**

Entreprise, organisme ou institution
Communiquez avec votre public sur Facebook.

Syndicat

UMIH

En cliquant sur Démarrer, vous acceptez les conditions d'utilisation des Pages Facebook.

Démarrer

Remplir ensuite les différents champs en vous appuyant de l'exemple ci-dessous :

Etape #1 – A propos

Paramétrer UMIH

1 À propos 2 Photo de profil 3 Ajouter aux favoris 4 Audience de Page préférée

Conseil : ajoutez une description et un site web pour que les gens trouvent votre Page plus rapidement.
Les champs marqués d'un astérisque (*) sont obligatoires.

En quelques lignes, décrivez le but de votre Page, pour la trouver plus facilement. Vous pourrez toujours ajouter des détails supplémentaires à partir des paramètres plus tard.

L'UMIH, la première organisation professionnelle des cafés, hôtels, restaurants, établissements de nuit,
Votre département

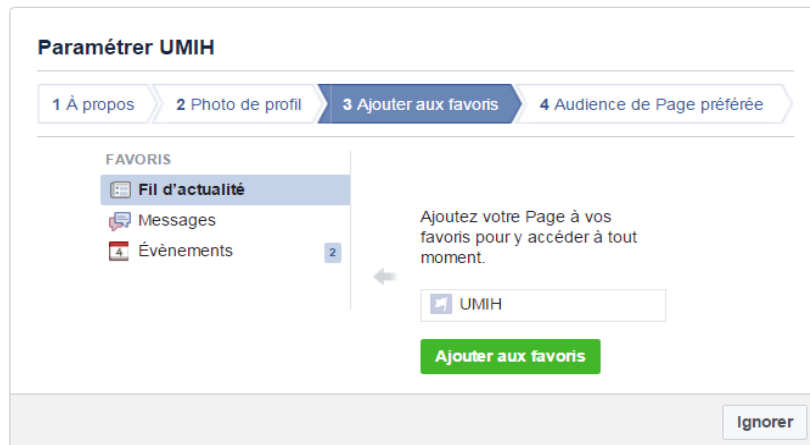
http://www.un Lien de votre site internet

Besoin d'aide ? Ignorer **Enregistrer les informations**

Etape #2 – Photo de profil

Mettre une photo de votre logo actuel, aux couleurs de la charte graphique de l'UMIH.

Etape #3 - Ajouter aux Favoris

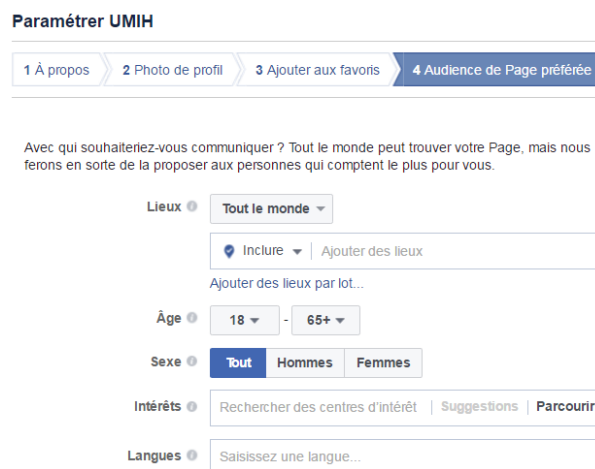


The screenshot shows the 'Paramétrer UMIH' interface. At the top, there are four steps: 1 À propos, 2 Photo de profil, 3 Ajouter aux favoris (highlighted), and 4 Audience de Page préférée. Below the steps, there is a 'FAVORIS' section with a list: 'Fil d'actualité', 'Messages', and 'Évènements' (with a '2' next to it). To the right of the list, there is a text prompt: 'Ajoutez votre Page à vos favoris pour y accéder à tout moment.' Below this prompt is a search box containing 'UMIH' and a green 'Ajouter aux favoris' button. At the bottom right of the interface is an 'Ignorer' button.

Cliquer sur **Ajouter aux favoris** puis sur **Suite**.

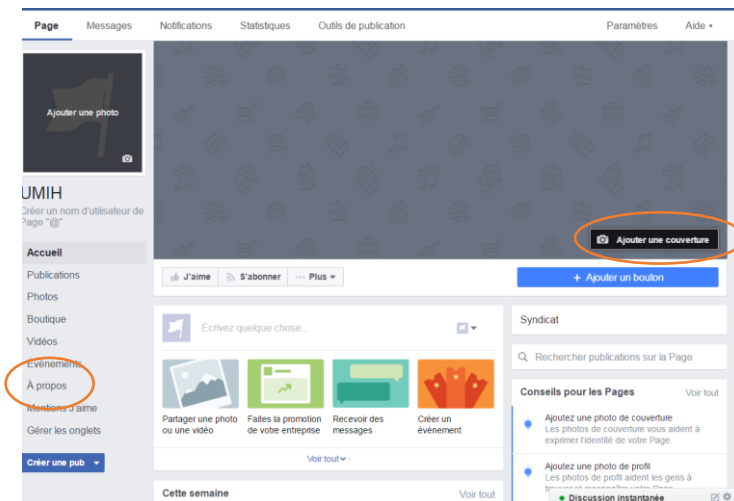
Etape #4 – Audience de Page préférée

Nous vous conseillons de laisser les données comme ci-dessous pour toucher le plus d'internautes. Si vous insérez un « intérêt » cela réduit votre visibilité.



The screenshot shows the 'Paramétrer UMIH' interface at the 'Audience de Page préférée' step. The text reads: 'Avec qui souhaiteriez-vous communiquer ? Tout le monde peut trouver votre Page, mais nous ferons en sorte de la proposer aux personnes qui comptent le plus pour vous.' Below this, there are several settings: 'Lieux' set to 'Tout le monde', 'Inclure' and 'Ajouter des lieux' buttons, 'Ajouter des lieux par lot...' text, 'Âge' set to '18' and '65+', 'Sexe' with 'Tout', 'Hommes', and 'Femmes' buttons, 'Intérêts' with 'Rechercher des centres d'intérêt', 'Suggestions', and 'Parcourir' buttons, and 'Langues' with a 'Saisissez une langue...' input field.

Votre page est créée !



Vous devez alors remplir tous les champs dans l'onglet **A propos** dans la colonne de gauche.

Vous pouvez prendre exemple sur la page UMIH Nationale

<https://www.facebook.com/UMIH.France/?ref=bookmarks> .

Insérer une photo de couverture : appuyer sur **Ajouter une couverture** puis sélectionner une image.

Voici la photo de couverture de l'UMIH nationale :

<http://www.umih.fr/.content/media/pdf/Media/PDF/Photo-de-couverture-facebook.jpg>

Une fois la photo de couverture et la photo de profil mises en ligne, vous pouvez commencer à tenir votre page Facebook.

1 → vous permet d'accéder à votre page Facebook depuis le profil.

2 → vous permet d'accéder au profil de votre Président.



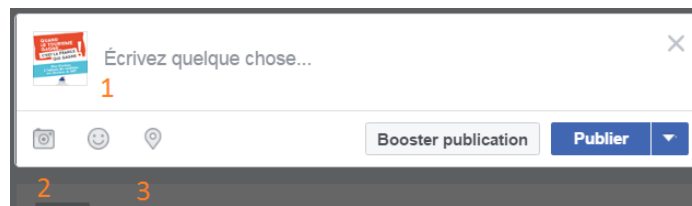
L

3. Que faire sur votre page Facebook ?

a. Comment communiquer ?

Une fois le compte créé, pour pouvez **écrire des posts**, publier des photos, partager, aimer, commenter ou bien faire des live directs depuis votre téléphone.

Ecrire un post / publier une photo



1 → C'est ici que vous **écrivez votre texte** ou coller votre lien pour renvoyer vers un site/article.

2 → Cliquer sur **l'appareil photo** pour ajouter une photo

3 → Localiser votre position (Facultatif) : indiquez le lieu où vous vous trouvez

4 → Vous pouvez **identifier** des personnes en ajoutant @ au nom de la personne

Il est préférable d'accompagner votre post d'un visuel afin de rendre le post plus dynamique.

Un article avec une photo attire toujours plus l'œil qu'un article sans photo.

Exemples



Relayer un article de presse:



Copier le lien URL et coller le dans la fenêtre où vous écrivez votre post. Il apparaît alors un encadré reprenant le titre de l'article et une courte présentation.



Supprimer votre lien et ajouter votre texte



Cliquer sur le +, choisir votre photo et appuyer sur publier !



Faire un live (vidéo en direct) :

Pour faire des live Facebook, vous devez télécharger la dernière version de l'application Facebook. Appuyer sur **En direct** et vous pouvez filmer toutes les représentations de votre président.

b. Qui suivre ?

Quelques exemples :

- La page UMIH nationale ! [@UMIH.France](#)
- Vos adhérents
- La presse régionale
- Vos élus locaux : députés, sénateurs, conseillers départementaux, conseillers régionaux, maires, conseillers municipaux, conseillers intercommunaux
- La presse nationale : Le monde, Le Figaro, Les échos, L'Express, etc.
- Les spécialistes du secteur : le Ministère du tourisme, le Ministère des Affaires étrangères, les ministres de tutelle, Atout France, la DGE, etc.

c. Quelles actions et quels contenus ?

3 actions possibles sur Facebook :

- J'aime la publication
- Je commente la publication
- Je partage la publication



Vous devez au moins avoir 1 de ses 3 actions pour chaque publication de la page UMIH nationale.

Quels contenus mettre en ligne sur votre page ?

- Tous les jours publier (relayer) un article de presse en lien avec le secteur du tourisme/CHRD
- Partager une info de votre fil d'actualité
- Partager les articles de l'UMIH nationale (page Facebook et site internet)
- Publier les événements locaux de votre région
- Publier des articles dans lesquels votre président apparaît
- Annoncer les déplacements/ interventions à la presse/radio de votre Président ou membre de votre bureau et publier le podcast ou le replay
- Une fois par semaine mettre un adhérent à l'honneur
- Un chiffre clé du secteur par semaine

Il est important de mettre en place des rendez-vous avec votre communauté.

d. Comment partager un article dans mon fil d'actualité ou ma page / compte ?

Exemple vous souhaitez partager la publication de la page l'UMIH 07 sur votre page UMIH





Cliquer sur le **triangle** à droite et choisir **la page de votre UMIH**



Cliquer sur **Partager** et sélectionner **Partager sur une page**



Ecrire un texte pour accompagner votre partage.

Appuyer sur **publier**.



UMIH a partagé la photo de Umih07.
À l'instant · €

[Congrès 64]
Intervention de Mathias Fekl, Secrétaire d'Etat chargé du Commerce
extérieur, de la promotion du Tourisme et des Français de l'étranger
lors du 64e congrès



Umih07
30 novembre 2016 · €

Mathias Fekl, Secrétaire d'Etat auprès du ministre des Affaires étrangères et du
Développement international, chargé du Commerce au congrès de l'UMIH au
Touquet

Partie 2

TWITTER



I. Lexique Twitter

TWEET : c'est la nature même de Twitter. C'est un texte de 140 caractères, que l'on nomme gazouilli en français. Cependant, très peu de gens utilisent ce terme. Sur ce réseau, vous pouvez écrire un *tweet* ou « tweeter ».

ABONNES / FOLLOWERS – ABONNEMENT / FOLLOWING: contrairement à Facebook, vous n'êtes pas obligés d'être « ami » avec un autre utilisateur pour avoir accès à ses tweets / photos. Lorsque quelqu'un s'abonne à votre compte, on dira que vous avez un nouvel abonné qui vous suit (traduction de *follow*) ou que vous avez un nouveau *follower*. Vous n'êtes pas obligé de le suivre en retour, c'est à votre convenance. Si vous le faites, vous serez alors abonné à son compte, vous ferez partie de ses abonnements.

FIL : c'est l'ensemble des *tweets* et photos publiés par ceux que vous suivez. Un peu comme votre fil d'actualité sur Facebook. Plus vous avez d'abonnements, plus votre fil sera actif.

@ : Lorsque vous désirez interpeler quelqu'un sur Twitter, il suffit d'indiquer @ suivi de son nom d'utilisateur sur Twitter (ex : @UMIH_FRANCE). La personne recevra alors une notification indiquant que quelqu'un vous a mentionné dans un tweet ou en commentaire sur une photo.



RETWEET (RT) : un retweet, c'est simplement le partage d'un tweet à vos abonnés, à l'aide d'un simple bouton de retweet. **Cliquer sur le bouton du milieu**, ajouter un texte (facultatif) et appuyer sur le bouton **Retweeter**.



HASHTAG # : Le hashtag est un mot précédé du symbole #. C'est un mot sur lequel on peut cliquer pour voir tous les tweets écrits sur ce sujet ou toutes les photos marquées par le même hashtag.

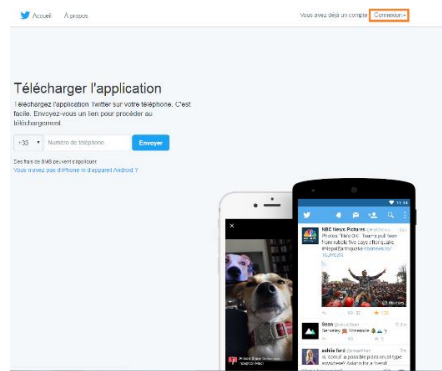
Par exemple, le **#UMIH** regroupe tous les tweets au sujet de l'UMIH C'est une façon de joindre une conversation autour d'un même sujet ou d'une même thématique.



II. Créer un compte Twitter

Étape #1 : Aller sur la page www.twitter.com ou télécharger l'application Twitter.

Cliquer sur **Connexion**



Etape #2 : Inscription

Rejoignez Twitter
aujourd'hui.

UMIH + département ✓

Votre adresse mail ✓

***** ✓

S'inscrire

En vous inscrivant, vous acceptez les Conditions d'utilisation et la Politique de confidentialité, notamment l'utilisation de Cookies. D'autres utilisateurs pourront vous trouver grâce à votre email ou votre numéro de téléphone s'ils sont renseignés.

[Options avancées](#)

Remplir les champs et cliquer sur **S'inscrire**.

Suivre ensuite les différentes étapes jusqu'à la finalisation de l'inscription et afin d'avoir un profil complet (date de naissance, infos sur vous, etc.).

Ca y est, votre compte est créé !

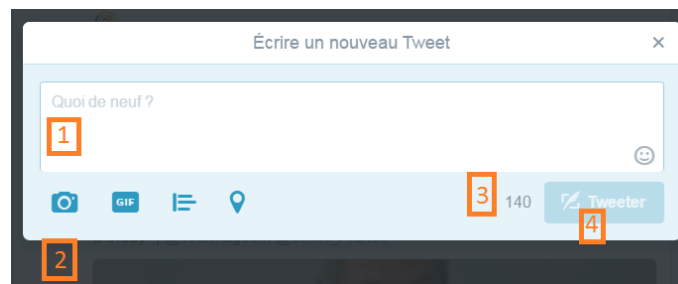
Insérer votre photo de couverture ainsi que votre photo de profil. Utiliser les mêmes que celles de Facebook afin d'avoir une cohérence visuelle.

III. Tweeter

Appuyer sur **Tweeter** en haut à droite de votre profil



La fenêtre ci-dessous apparaît



1 → Ecrire votre texte : attention vous êtes limité à 140 caractères (pensez à mettre **#(suivi d'un mot clé)** et à interpeller des personnes (comme sur Facebook, indiquer les personnes avec qui vous êtes ou interpeller-les lors de vos tweets en apposant **@** devant leur nom)

2 → Ajoutez une photo en cliquant sur **l'appareil photo**

3 → Représente le nombre de caractère restant

4 → Appuyer sur **Tweeter** pour publier votre tweet

Utiliser **le Hashtag #** pour indiquer le thème de votre tweet et les **@** pour interpeller les personnes. Plus vous utilisez les Hashtags, plus votre tweet sera visible par tous.

IV. Suivre des comptes

Commencer par vous abonner au compte de l'UMIH nationale @UMIH_FRANCE

Taper dans la barre de recherche le nom des personnes que vous souhaitez suivre. Cliquer sur son nom. Vous arrivez sur son profil. Appuyer sur **Suivre** pour vous abonner à ses tweets (qui apparaîtront dans votre fil d'actualité) de la personne.

Exemple avec le compte « L'Echo touristique »



1 → Indique que vous êtes abonné à son compte. Si vous n'êtes pas abonné, il est écrit **Suivre**. **Cliquer** alors sur Suivre pour vous abonner à ses tweets.

2 → En appuyant sur ce bouton, vous pouvez entrer en contact avec le compte et répondre à son tweet (tout ce que vous publiez sera visible par l'ensemble de vos contacts).

3 → En appuyant sur ce bouton vous allez retweeter le contenu du média sur votre profil twitter

4 → En appuyant sur le cœur, vous mettre le tweet en favoris sur votre profil. Vous retrouvez alors votre tweet dans l'onglet « J'aime ». Vous pourrez ainsi lire et relire l'article autant de fois que vous le désirez.



V. Quels contenus poster ? Qui suivre ?

Sur twitter vous devez poster des articles de presse tous les jours en lien avec le secteur, cela vous permettra de faire une veille quotidienne sur les sujets qui touche votre secteur d'activité. Pensez à mettre le lien vers l'article dans votre tweet.

Vous pouvez poster également vos articles de Facebook mais pas tous. En effet si vous publiez les mêmes articles sur Facebook et Twitter vous allez créer une répétition et vos internautes ne vous suivront pas sur vos deux réseaux sociaux.

Actions possibles sur twitter :

- Retweeter les tweets de l'UMIH nationale
- Retweeter des tweets qui parle de vous ou du secteur
- Tweeter des articles de presses

Tout comme Facebook, nous vous invitons à suivre des personnalités de votre région et professionnels du secteur. Plus vous aurez des abonnements plus vous aurez des actualités sur votre fil d'actualité. N'hésitez pas à aller sur le compte de l'UMIH pour consulter la liste de nos abonnements et vous abonner à votre tour.

Comme Facebook, n'oubliez pas d'ajouter des photos à votre tweet (en cliquant sur **l'appareil photo**).

Twitter est un média d'actualités dite « chaudes », il donc important de poster vos articles de presse en début de matinée et non en fin de journée. L'objectif étant d'informer rapidement vos followers d'une actualité.

A travers ce média, il s'agit de montrer aux adhérents, mais surtout à vos élus locaux, politiques, journalistes que l'UMIH est acteur spécialisé dans un secteur, celui du CHR et du tourisme.

Si vous actualisez votre compte chaque jour, des nombreuses personnes (étudiants, journalistes, passionnés) vous suivront et compteront sur vous pour publier des articles spécialisés pour ainsi créer leur veille touristique.

Il est important d'avoir une stratégie cohérente en adéquation avec l'UMIH sur vos réseaux sociaux. Ne créez pas un compte Twitter si vous ne l'utilisez pas. Un compte non animé donne une très mauvaise image de la marque.

En résumé pour Facebook ...

- Créer une page Facebook pour votre UMIH départementale
- Partager les publication Facebook de l'UMIH nationale
- Communiquer plusieurs fois par semaine
- Partager des articles de presse

En résumé pour Twitter ...

- Si vous vous sentez à l'aise sur Facebook, lancez – vous sur Twitter mais attention il est préférable de gérer correctement la page Facebook de A à Z que d'être sur tous les fronts. La priorité est avant tout Facebook.
- Sur Twitter
 - Tweetez
 - Retweetez
 - Suivez la presse

Bon courage !

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à contacter le service Communication de l'UMIH

Pauline BELIN

01.44.94.19.94

communication@umih.fr

Annexe - Procédure pour le changement d'un compte à une page

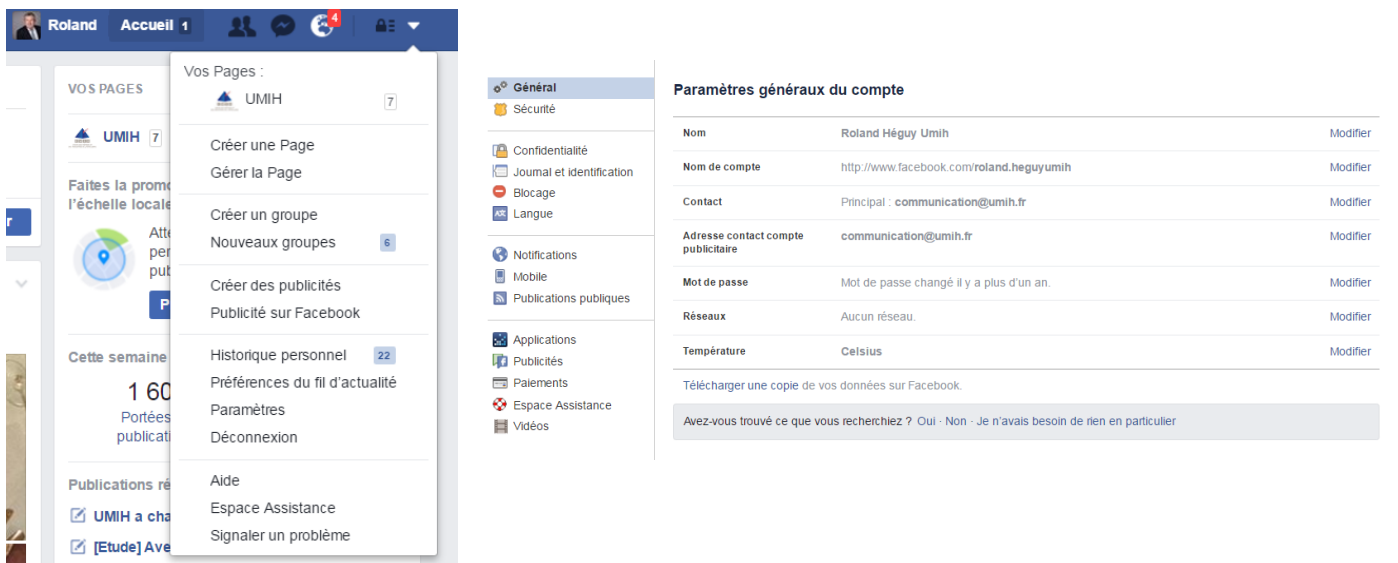
La conversion de votre compte personnel en Page génère la création d'une nouvelle Page Facebook basée sur votre compte personnel. Vous ne pouvez convertir votre profil en Page qu'une seule fois.

Lorsque vous convertissez votre compte personnel en Page :

- Vous obtenez un compte personnel et une Page après la conversion.
- Votre photo de profil et votre photo de couverture seront transférées sur la Page.

La Page prend le nom associé à votre compte personnel, il est donc important de bien nommer votre compte personnel « UMIH + département »

Pour changer le nom, il suffit de **cliquer en haut à gauche sur « Paramètre »** dans général et de **cliquer sur modifier** au niveau du nom.



The screenshot shows the Facebook interface for a user named Roland. The 'Paramètres généraux du compte' (General Account Settings) section is open, displaying various account information. The 'Nom' (Name) field is highlighted, and the 'Modifier' (Edit) button is visible next to it. The name is 'Roland Héguy Umih'. Other fields include 'Nom de compte', 'Contact', 'Adresse contact compte publicitaire', 'Mot de passe', 'Réseaux', and 'Température'.

- Les outils destinés à vous aider à transférer les informations de votre profil vers votre Page seront disponibles pendant 14 jours, à compter de la fin de la conversion.
- Vous pouvez choisir des amis à partir de votre profil pour qu'ils aiment automatiquement votre nouvelle Page. Cependant, les publications de votre profil ne seront pas transférées vers votre nouvelle Page.

- Vous pouvez gérer la Page depuis votre compte personnel.

Pour convertir votre compte personnel en page Facebook :

1. Accédez à la section Créez une Page Facebook basée sur votre profil.
2. Cliquez sur **Démarrer** et suivez les instructions affichées à l'écran.

Informez vos amis de ce changement et invitez-les à aimer votre nouvelle page Facebook.