

# LA RELATION DE L'ÉLU AVEC LES MÉDIAS CLASSIQUES ET DIGITAUX

ATD13 - LEA SAPOLIN - 4 MAI 2017



# Tour de table

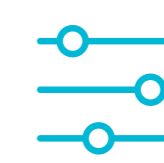
Présentation & attentes de chacun



**Pourquoi un candidat demande à connaître par avance les questions d'un grand quotidien national et accepte de poser avec un filtre « yeux de chat » sur snapchat ?"**

# Le programme

---



## Objectifs :

Connaître les règles essentielles des relations avec la presse  
à l'heure des réseaux sociaux  
& mesurer l'importance de bien communiquer avec les journalistes



# I. Etude de cas : Lunel

Analyse d'une stratégie de communication  
et de ses impacts

NEWS MEDIA

A newspaper is a lightweight and disposable publication (more  
usually printed on low cost paper called newsprint)  
published daily, weekly, biweekly



## ▶ Étude de cas

# Le Cas Lunel

|| Trois jeunes de Lunel, dans l'Hérault, sont morts lors d'un bombardement de l'armée syrienne, le week-end dernier en Syrie [...].

Un quatrième est décédé quelques jours plus tard [...] Ces quatre garçons, âgés entre 19 et 30 ans, étaient partis pour certains depuis près d'un an, quelques mois pour un autre, avec la volonté d'accomplir le Jihad en Syrie. [...]"

## M Police et justice

### Lunel, laboratoire miniature du djihad « made in France »

Cinq habitants de cette petite commune, soupçonnés d'appartenir à une cellule djihadiste, ont été mis en examen samedi.

LE MONDE | 31.01.2015 à 09h07 • Mis à jour le 31.01.2015 à 18h37 |

Par Soren Seelow

Réagir ★ Ajouter

f Partager (1 970)

Twitter





## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Chronologie des interventions médiatiques

---

### ◆ 23 octobre

Midi Libre révèle la mort de trois Lunellois en Syrie. Foule de journalistes à Lunel. Le Maire refuse de prendre la parole.

### ◆ 24 novembre

Le maire lit un communiqué de 28 lignes en conseil disant "avoir pris le temps de la réflexion" et refusant toute "stigmatisation" de sa ville et "la course médiatique". Refusant simplement de parler plus.

### ◆ 9 décembre

Midi Libre révèle la mort de deux Lunellois en Syrie. Communiqué du maire (22 lignes). Nombreux journalistes à Lunel.

 [Lecture du communiqué](#)

## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Chronologie des interventions médiatiques

---

**10 décembre**

Interview de Philippe Moissonnier, conseiller municipal d'opposition, dans BFM.





## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Chronologie des interventions médiatiques

---

### ◆ 12 décembre

Midi Libre publie les propos polémiques du président de la mosquée, Lahoucine Goumri. Foule de médias.

 *Lecture des propos*

### ◆ 13 décembre

Communiqué de Claude Arnaud (16 lignes)

### ◆ 19 décembre

Conférence de presse en mairie. Claude Arnaud répond pour la première fois aux questions directes.



**J'ai passé une heure avec le directeur de cabinet à lui expliquer l'intérêt de répondre et de défendre sa ville. [...] Je leur ai dit que les journalistes faisaient 700 km depuis Paris pour comprendre ce qui se passait dans la ville, pas pour stigmatiser !"**

**Aurélien Colly, journaliste à France Inter**



## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Chronologie des interventions médiatiques

### ◆ 3 janvier

Midi Libre dévoile la mort d'un sixième Lunellois.

### ◆ 7 janvier

Maire, député et préfet accordent un entretien à Midi Libre.

### ◆ 27 janvier

Opération du GIPN et du Raid : trois arrestations.

The screenshot shows the top navigation bar of The New York Times website. It includes a menu icon, 'SECTIONS', 'HOME', and 'SEARCH'. The main title 'The New York Times' is centered, with 'SUBSCRIBE NOW' and 'LOG IN' buttons on the right. Below the navigation bar is a row of five news snippets, each with a small image and a headline. The first snippet is titled 'THE INTERPRETER Populism, Far From Turned Back, May Be Just Getting Started'. The second is 'Russian Hackers Who Targeted Clinton Appear to Attack France's Macron'. The third is 'Denmark Says 'Key Elements' of Russian Government Hacked Defense Ministry'. The fourth is 'NEWS ANALYSIS After French Vote, Mainstream Europe Breathes a Sigh of Relief'. The fifth is 'Lafarge Scandal Points to Difficulty for Businesses in War Zones'. Below this row is a section titled 'EUROPE' with a large headline: 'A French Town Linked to Jihad Asks Itself Why'. The byline reads 'By ANDREW HIGGINS JAN. 16, 2015'. At the bottom right of the article header are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Email, and Print, along with a bookmark icon.

## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Chronologie des interventions médiatiques

---

### ◆ 30 et 31 janvier

Midi Libre donne la parole aux commerçants et habitants.

 [Visualisation de l'article](#)

### ◆ 7 février

Visite du ministre de l'intérieur Bernard Cazeneuve. Claude Arnaud parle devant toutes les caméras, micros et stylos.

### ◆ Février

Lettres de Claude Arnaud aux habitants de Lunel, puis du Pays de Lunel.



## ▷ Étude de cas : Le cas Lunel

# Aujourd'hui sur Google :



**Lunel est-elle le “Molenbeek” de l'Hérault ? - France 3 Occitanie**

[france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/lunel-est-elle-molenbeek-herault-962029.html](http://france3-regions.francetvinfo.fr/occitanie/lunel-est-elle-molenbeek-herault-962029.html) ▼

28 mars 2016 - Parmi cette centaine de quartiers et villes, on retrouverait, Lunel dans l'Hérault. Au moins 8 Lunellois âgés de 18 ans à 30 ans sont morts ...

**La face cachée de Lunel, de cité paisible « capitale du djihad ...**

[www.vanityfair.fr/actualites/france/articles/la-face-cachee-de-lunel...du...-/25651](http://www.vanityfair.fr/actualites/france/articles/la-face-cachee-de-lunel...du...-/25651) ▼

5 mai 2015 - Depuis que six de ses jeunes sont morts en Syrie, Lunel voit affluer les journalistes venus chercher ici les racines de la radicalisation. Thierry ...

**Lunel, laboratoire miniature du djihad « made in France » - Le Monde**

[www.lemonde.fr/.../lunel-laboratoire-miniature-du-djihad-made-in-france\\_4567277\\_...](http://www.lemonde.fr/.../lunel-laboratoire-miniature-du-djihad-made-in-france_4567277_...) ▼

31 janv. 2015 - Cinq habitants de cette petite commune, soupçonnés d'appartenir à une cellule djihadiste, ont été mis en examen samedi.



# Ai-je déjà été confronté à une **Situation similaire ?**

Quelles leçons puis-je en tirer ?  
Suis-je capable d'établir une liste des  
bons comportements et des bonnes  
pratiques ?





# Le Journaliste

Une journée dans la peau d'un journaliste

# Une journée dans la peau de **Dominique Malécot,**

Journaliste à la rubrique  
Collectivités Locales,  
Les Echos,  
grand quotidien économique



*Lecture du récapitulatif de sa  
journée*

## La filière nautique son poids

DOMINIQUE MALECOT

L'activité induite du secteur  
étude bretonne la réévaluation  
d'euros. La stratégie des

L'exploit de Thomas Coville, qui vient de  
moins de cinquante jours, ou le duel du  
et du Gallois Alex Thomson sur « Hugo Boss  
Globe, en témoignent. Les chantiers nautiques  
filiale.

▷ Une journée dans la peau d'un journaliste



**Que puis-je en déduire ?**

Comment est-il pertinent d'aborder le  
journaliste ?



# L'évolution du métier de journaliste

---



Internet =  
**Exigence de l'immédiateté.**  
Le journaliste devient pressé, pressurisé



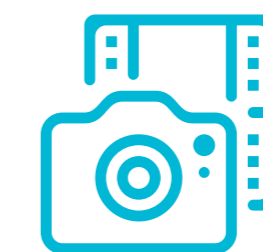
**Le ton change**  
Impertinence avec l'arrivée de Canal +, familiarité sur les réseaux sociaux



Nouvelles technologies et Nouvelles techniques =  
**Modification du comportement du lecteur**  
(plus pressé, assisté, impatient, etc.)



**Différents formats à créer**  
Car un même media sur différents supports



**Nouveaux contenus**  
Infographies, gifs, vidéos

# II. Les outils Traditionnels

Session pédagogique sur les différents  
outils traditionnels de communication

NEWS MEDIA

A newspaper is a lightweight and disposable publication (more  
usually printed on low cost paper called newsprint)  
published daily, weekly, biweekly



**J'accorde plus particulièrement d'intérêt à certaines agences de presse avec qui je travaille depuis longtemps, car si l'attaché de presse m'appelle je sais qu'il a de la matière et un sujet à me proposer. Elles connaissent mon style et mes angles rédactionnels. C'est une relation gagnant-gagnant."**

**Stéphane Soumier, rédacteur en chef à BFM Business**





# Le Communiqué de presse

## ▷ Session pédagogique : Le communiqué de presse



**Un communiqué de presse  
est un document court  
(d'une à deux pages grand maximum),  
envoyé aux journalistes dans le but de les **informer**  
d'un événement.**



# CP : De quoi est-il composé ?

---



*Lecture d'un communiqué*



*Pré-écrire certains CP*



## Informations d'identification

CP, Date, contacts, numéro



## Un titre

informatif, objectif, attractif



## Des parties

Des informations claires structurées en différentes parties



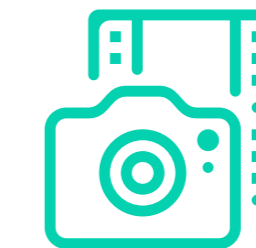
## Le BoilerPlate

Descriptif de son institution et sa mission



## Ce qui donne à voir

Témoignages, chiffres, infographies



## Multimédia & SEO

Photo, vidéo, son, optimisation SEO





# Le Fichier de presse

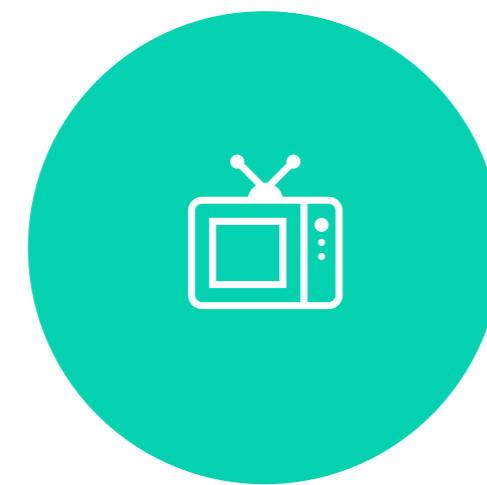
# Fichier presse : Quels champs à avoir ?

---

 *Visualisation d'un fichier presse*



**Nom du  
Media**



**Type de  
support**



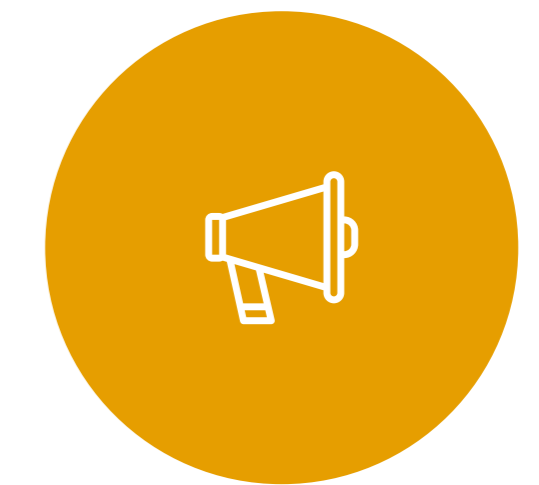
**Site Web et  
adresse**



**Langue du  
Media**



**Cible**



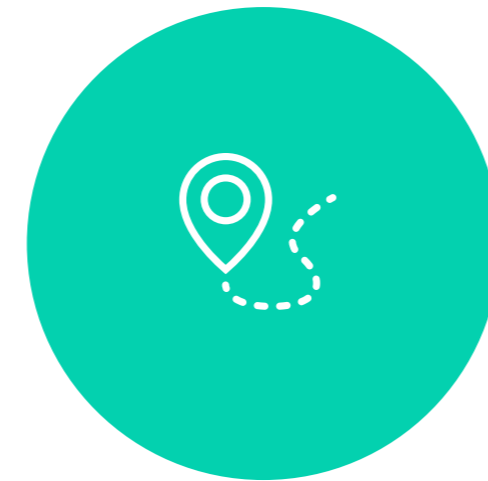
**Périodicité**



**Nom du  
journaliste**



**Fonction**



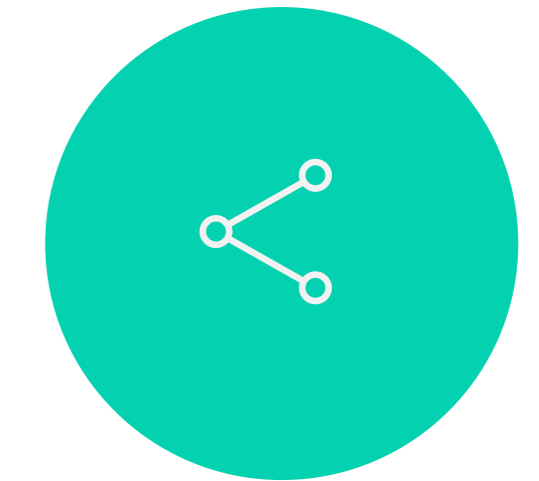
**Service**



**Spécialité**



**Mail,  
téléphone**



**Réseaux  
sociaux**



# Le Dossier de presse





## ▷ Session pédagogique : Le dossier de presse



**La première mission du dossier de presse est de présenter son institution, un événement ou une nouvelle mesure en profondeur. Le journaliste qui ne vous connaît pas doit pouvoir, à partir du dossier de presse, vous situer par rapport à un contexte général. Le dossier de presse doit répondre à trois questions :**

**Qui êtes vous ?**

**Que faites vous ?**

**Qu'apportez-vous de différent ?**

**Version papier et électronique - 7 à 20 pages - Photos & illustrations**

# DP : De quoi est-il composé ?

---

 *Visualisation d'un Dossier de presse*



## Informations d'identification

DP, Date, contacts, numéro



## L'essentiel

Titre informatif, objectif, attractif. Sommaire.  
Communiqué de synthèse



## Des parties

Des informations claires structurées en différentes parties



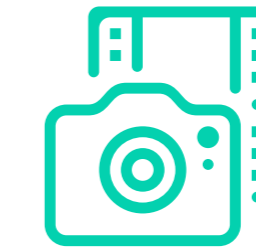
## Le BoilerPlate

Descriptif de son institution et sa mission



## Ce qui donne à voir

Témoignages, chiffres, infographies



## Multimédia & SEO

Photo, vidéo, son, optimisation SEO.  
Annexes



# Les Rendez-vous avec la presse



# Les différents types de rendez-vous

	Petit déjeuner	Déjeuner	Conférence
Moment	8h30 ou 9h	12h30	Entre 9h et 11h
Durée	1h	1h15 – 1h30	45min – 1h
Journalistes	10 max	10 max	Ouvert à tous
Support(s)	Slides à prévoir	Dossier de presse	Dossier de presse, discours (25min)
Remarques	Efficace, rapide, économique	Favorise les échanges, informel	Questions réponses, wifi, logistique

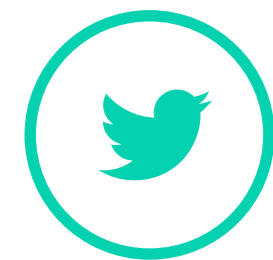
## ▷ Session pédagogique : Les rendez-vous avec la presse

# Les Conférence à l'heure du digital

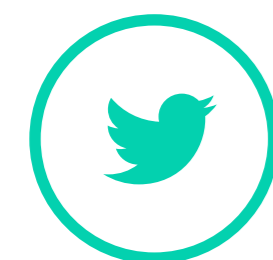
---



Diffusion en live



Tweet live



Hashtag et compte officiel



*Zoom sur les lives possibles*

**Je peux twitter une information que je juge importante, que je veux signer, si mes canaux de diffusion normaux, le journal et le web, sont inopérants dans le temps où l'information a de la valeur"**

**Dominique Malécot des Échos**



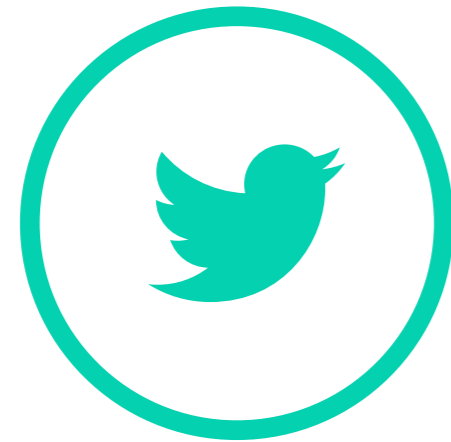
**Souvenons-nous des journalistes de BFM TV lisant sur leur écran d'ordinateur les tweets de journalistes d'autres médias qui tweetaient depuis le tribunal de New York au moment de l'audition de DSK, alors que les caméras en direct étaient interdites dans le prétoire. Cette couverture en direct via Twitter fut également de mise lors du siège de l'appartement de Mohammed Merah à Toulouse en mars 2012"**



▷ Session pédagogique : Les rendez-vous avec la presse

## Exemple de conférences à l'heure du digital

---



Live Tweet :  
post-attentat  
de Nice  
**Nice matin**



Facebook live:  
incendie dans un  
camps de  
migrants  
**France 3 Région**



Facebook Live:  
incendie en Paca  
**La Provence**





# Quelles précautions à prendre ?



Tweet Live Hollande

Periscope

Obtenir l'application

Ajout de commentaires possible via l'application

Élysée  
@Elysee  
35 524

Bienvenue sur le compte officiel de la Présidence de la République française et du Palais de l'Élysée. Interagissez sur @Elysee\_Com #DirectPR

19 641 7  
FOLLOWERS FOLLOWING

DIRECT

Rencontre avec les salariés de @ShowroompriveFR

Interview de @tpetit50

payes ton grec! François

Respecter le président ! il le mérite par sa fonction

rien pas encore @LuceDvi

Il est sympa ce mec

fais gaffe à la DGSE ! mdrmn

Ludo c'est président





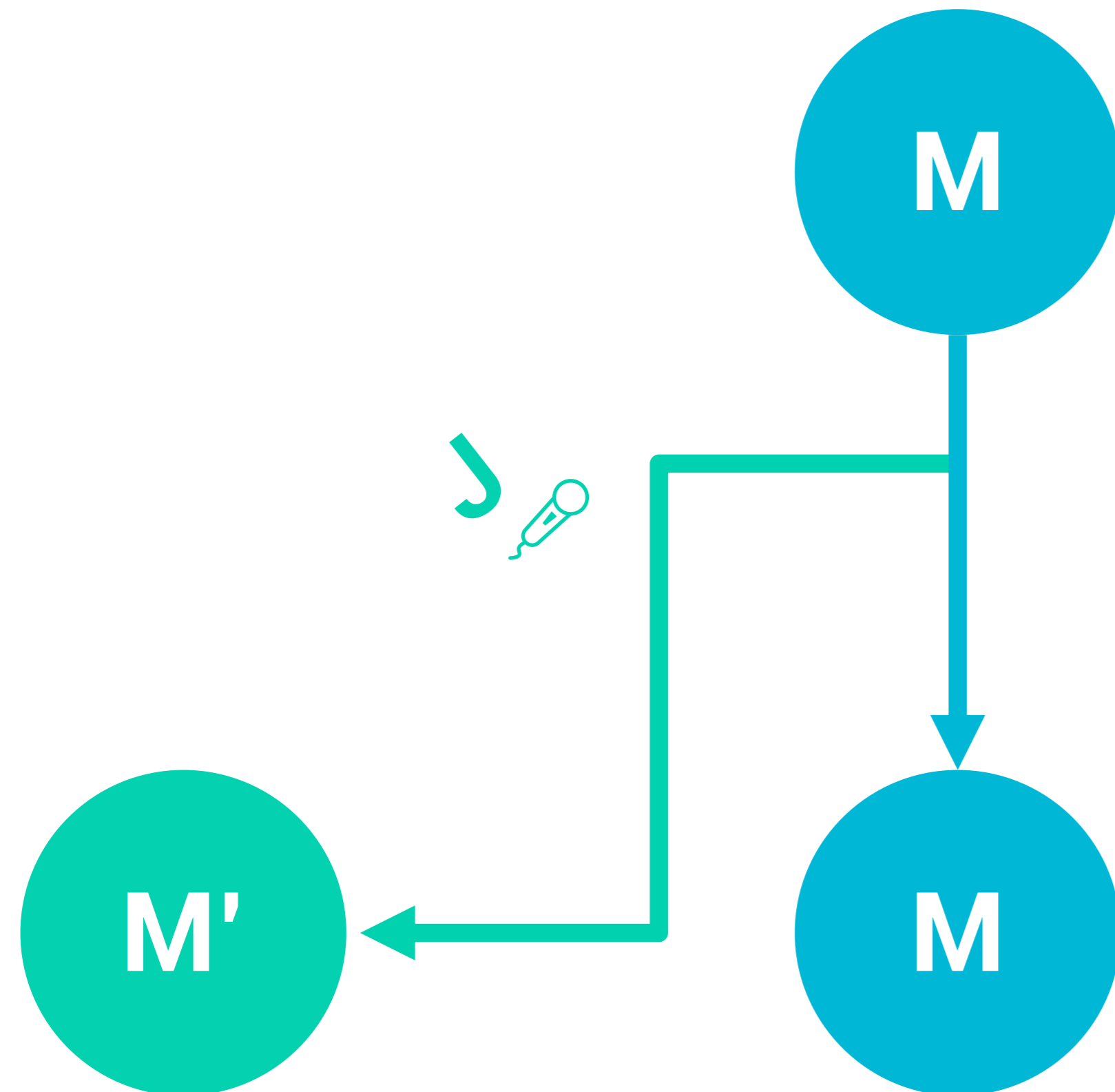
# La Prise de Parole



## ▷ Session pédagogique : La prise de parole

# La prise de parole

---



## Le contenu

- Accroche et choc des premiers mots
- Loi du km mort, lien avec l'actualité
- Citation
- Surprendre
- Anecdotes
- Phrases incisives, courtes, attrayantes
- Chute : fermer en revenant à l'essentiel (en 140 caractères ?)

## ▷ Session pédagogique : La prise de parole

# Exemple de prise de parole improvisée

---

## Crash A320

### Interview de Bernard Bartolini

« Au début, je n'avais pas l'habitude des médias, estime le maire, désormais au chaud dans sa maison. J'ai déjà eu des interviews dans les quotidiens locaux, pour l'arrivée de la fibre ou des inaugurations et d'un coup, je me suis retrouvé à parler à des télévisions finlandaises, chinoises... », raconte l'édile, au cœur d'une catastrophe internationale.»





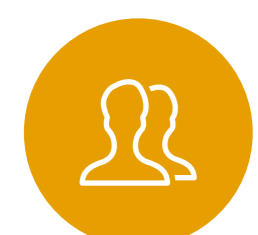


# III. La **diffusion** Traditionnelle



# Diffusion d'un CP

---

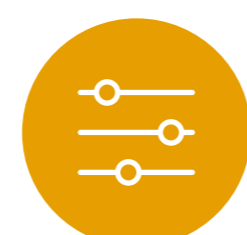


## À qui ?

Personnalisation  
ou message groupé CCI

Rédacteur en chef &  
journaliste

categorynet.com,  
presse-fr.com,  
news-eco.com



## Comment ?

Envoi par e-mail

Objet : "Communiqué de  
presse : titre du CP"

Pas de pièces jointe, CP en  
corps de texte

Liens vers CP  
téléchargeable et contenu  
multimedia



## Quand ?

Lors d'une actualité

Envoyé à tous le même  
jour

Embargo possible

Respecter les périodes  
de bouclages

Rétroplanning des  
campagnes RP

# Diffusion d'un DP

---



## Comment ?

- Format pochette, clé USB ou QR Code
- Remis en main propre AVANT une conférence, voyage, événement
- Déposé en salle de presse, salon
- Envoyé par e-mail (privilégier le nominatif avec un angle choisi en fonction du destinataire)
- Disponible sur votre site format PDF et attractif (feuilletage, animation, vidéo)

A person in a dark suit is sitting at a desk, using a laptop. A white coffee cup is on the desk to the right. The background is a blurred office setting. The text is overlaid on the image.

# IV. Les Nouvelles méthodes de **diffusion**





# LES RÉSEAUX SOCIAUX & LA PRESSE EN CHIFFRE

# Les réseaux sociaux et la presse en chiffre

---

## Les journalistes français

**91%**

utilisent les réseaux sociaux dans le cadre de leur travail

**81%**

pensent que les réseaux les encouragent à se focaliser sur la rapidité au détriment de l'analyse

**59%**

utilisent les réseaux sociaux pour orienter leurs contenus

# 56%

des journalistes admettent que les médias sociaux leur sont utiles dans la phase d'enquête et de production d'articles





# Les réseaux sociaux et la presse en chiffre

---

## Les français

**54%**

s'informent  
majoritairement via  
la télévision

20% Internet  
18% Radio  
7% Presse papier

**31%**

des français pensent  
que les choses se sont  
passées vraiment  
comme internet le  
montre

**71%**

affirment avoir  
confiance dans les  
informations qui  
circulent sur les  
réseaux sociaux

# 84%

des Français de moins de  
40 ans utilisent les réseaux  
sociaux



# 85%

font confiance à Facebook  
et Twitter pour assurer leur  
information du matin

# 68%

des jeunes de la génération  
Y suivent l'actualité via les  
réseaux sociaux







**Les infos sont traitées avec des angles différents sur les réseaux sociaux «Bordeaux ma ville». Et nous reprenons tous les infos sur nos propres segments. Le Maire est également « connecté » à un blog depuis plus de 10 ans et a des profils très actifs. Ses posts sont extrêmement repris. Il est notre premier ambassadeur. Même ministre d'état, il parlait de Bordeaux ! [...] Le bénéfice majeur c'est le contact direct avec les personnes. La proximité qui se crée dans l'échange qui fait tomber les barrières et qui permet un dialogue simple. C'est aussi une source infinie d'infos. C'est d'une rapidité implacable. J'ai parfois l'impression d'être le FIL AFP de ma ville... C'est par contre un mangeur de vie... J'y passe facilement plusieurs heures par jour, mais le plus souvent quand le soleil se couche..."**

**Marie-Laure Hubert-Nasser, Directrice de la Communication de la Mairie de Bordeaux**

# Les principaux réseaux sociaux

	Facebook	Twitter	Linkedin	Instagram
<b>Format/Spécificité</b>	Titre, Description, lien et média, tags	Hashtag, 140 caractères, tags, média	Titre, Description, lien et média	Photos, galerie, instantané, hashtag et description
<b>Audience</b>	31 millions d'utilisateurs actifs	13,9 millions de visiteurs uniques	11 millions de visiteurs uniques en France	13,6 millions de visiteurs uniques en France*
<b>Message privé ?</b>	oui	oui	oui	oui
<b>Horaires</b>	Mardi entre 13 et 16h Jeudi et vendredi entre 15 et 16h Samedi et dimanche entre 12 et 13h	De lundi à Vendredi entre 12 et 15h et entre 17 et 18h	Le Mardi de 10h00 à 11h00 et le Mardi, Mercredi et Jeudi de 7h30 à 8h30, à 12h00 et entre 17h00 et 18h00	Les lundi et vendredi n'importe quand sauf entre 15h et 16h
<b>Utilité</b>	Diffusion (post et live)	Veille, prise de contact, diffusion (post et live)	Prise de contact, diffusion (post, groupe)	Valorisation grand public, veille, citations



**Facebook**



## Facebook et les institutions

---

96%

des **régions**  
possèdent un  
compte Facebook

66%

des **départements**  
possèdent un compte  
Facebook

54%

des **villes** possèdent  
un compte  
Facebook

# Facebook

---

## Attention !

Facebook n'est pas un réseau professionnel. On ne contacte pas les journalistes via Facebook

## On communique avec sa cible

Publication du CP et DP sur sa page  
Live de la conférence de presse  
Contenu enrichi : Vidéo à 360 degrés pour présenter un lieu, localisation, etc.

A photograph of Mark Zuckerberg on a stage, standing in front of a large blue backdrop with the Facebook logo. The logo is written in white, lowercase letters with a registered trademark symbol. The stage floor is also blue, and the background is a solid dark blue.

facebook®



**Twitter**





**En 2014, l'étude Augure sur le statut du Marketing d'Influence révèle que 57% des communicants et marketers pensent que Twitter est le canal de communication le plus approprié pour communiquer avec les journalistes et autres influenceurs."**

**Caroline Kulko - Communicante de profession passionnée par l'innovation**

## Twitter et les institutions

---

**85%**

des **régions**  
possèdent un  
compte Twitter

**48%**

des **départements**  
possèdent un compte  
Twitter

**47%**

des **villes** possèdent  
un compte Twitter

# Twitter & CP

## 1 Tweet = 1 idée

Un tweet pour chaque idée du CP, publié dans des laps de temps distincts

## 1 Media + 1 Lien

Photo (illustration ou copie d'écran du CP)  
+ un lien vers le CP en ligne sur votre site responsive, avec contacts presse, annexes et CP téléchargeable

## Des hashtags et des Tags

[#CP] + Hashtag comprenant les mots-clés  
+ tagger les parties prenantes et éventuellement les journalistes



Tweet

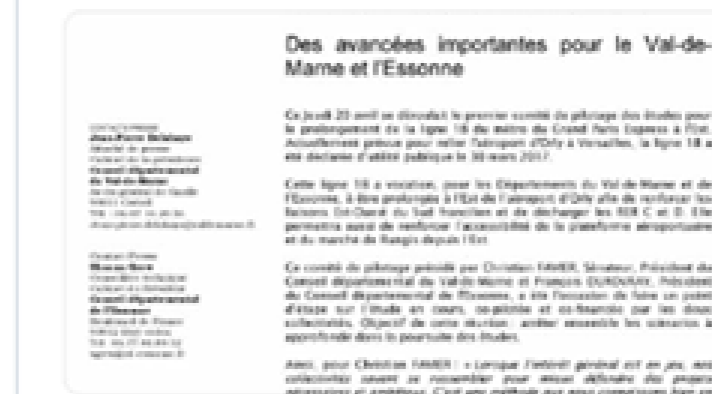


Val-de-Marne

@val\_de\_marne

#Communique - Prolongement de la #Ligne18 à l'est : Des avancées importantes pour le #ValDeMarne et l'#Essonne @CDEssonne #TransportsIDF

Service presse CD91 @CD91\_presse



[Communiqué]  
PROLONGEMENT DE  
LA #LIGNE18 à l'est :  
Des avancées...

11:09 · 21 avr. 17

1 RETWEET 2 J'AIME



Tweeter votre réponse



# Twitter & Journalistes

## Attention !

Sur Twitter les journalistes parlent en leur nom et non celui du Média

## Messages privés & Messages publics

Privilégier les publications privées : ne parasite pas votre fil d'actu personnel, et permet plus de réponses

Possibilité de taguer les médias dans les images (identification)

Remercier, rediffuser un article en taguant les journalistes et le média





Fin 2012 le mouvement des pigeons (#geonpi) a été lancé sur les réseaux sociaux. Il a été repris par des influenceurs, a fini par être commenté par la presse économique et a finalement été relayé par la presse grand-public et télévisuelle."





# LinkedIn



# LinkedIn

---

## Professionnel

Idéal pour toutes prises de contact avec des journalistes, visualiser ses intérêts et maintenir le contact

## Diffusion

Penser à publier sur sa page entreprise et page employé ainsi que dans des groupes





# Les autres réseaux sociaux



# Youtube

---

## **Un format qui marche!**

Vidéo et diffusion en direct  
Chaînes, abonnements

## **Youtube c'est Google**

Très bien référencé





# Snapchat



## Cible

Un media pour toucher exclusivement les jeunes

## Un format spécifique

Des vidéos très courtes qui ne perdurent pas dans le temps, un ton particulier

**Le journaliste c'est le jeune!**

## Des associations

Les medias traditionnels sont sur Snapchat





# Snapchat

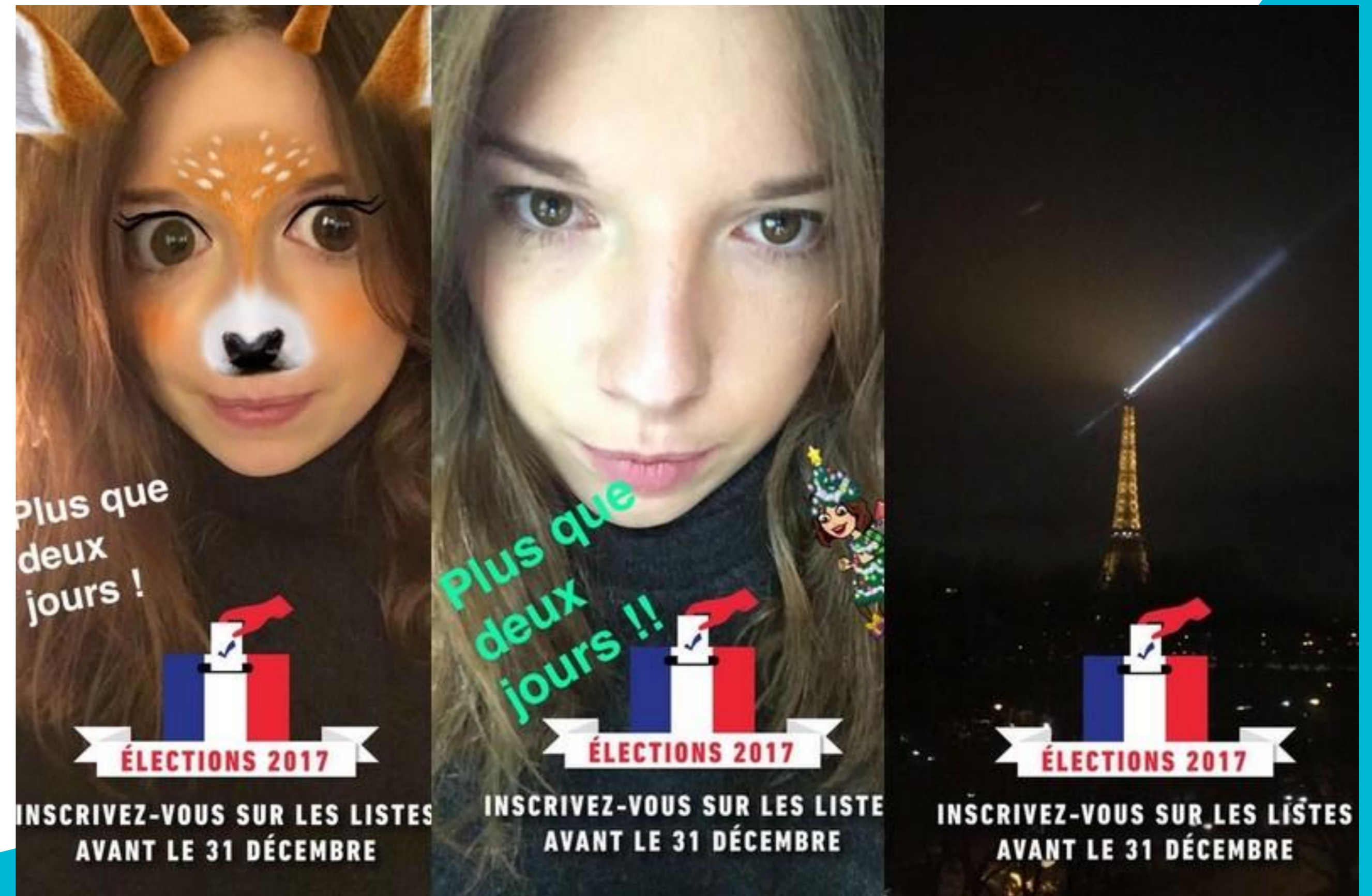
---

## Un Media en faveur de la prise de conscience politique

Des filtres incitants à voter et à faire procuration

Des filtres géolocalisés : l'image de votre ville passe par Snapchat

*Facebook en période d'élection a fait pareil (chasse aux fake news, présentation des programmes politiques, ouijevoté, etc.)*





**Les journalistes s'adaptent au public et proposent des contenus... différents !**





# La veille

Établir une liste de mots-clés

Créer des alertes gratuites via

Google Alerte, Pickanews, FaveBot

Regarder l'Argus de la Presse, Kantarmedia et Vocus



A top-down view of a person's hands using a laptop. The person is wearing a blue long-sleeved shirt. On the desk next to the laptop is a white coffee cup on a saucer. The background is a light-colored wooden desk. The text 'IV. Le site internet' is overlaid on the image.

# IV. Le **site internet**

# Contenus d'un site web

---

## Responsive

- Adapté aux formats mobiles



## Espace presse

- CP classés par catégories et dates au format web ET téléchargeable en PDF
- Contacts presse
- Revue de presse
- Diffusion ou rediffusion d'une conférence

## Accès à des ressources

- Logo au format HD
- Photos libres de droits en 300dpi avec légende
- Liens vers les réseaux sociaux



A top-down view of a person's hands using a laptop on a desk. A white coffee cup is on a saucer to the right. The scene is dimly lit with a blue-grey overlay.

# V. Les **blogueurs**



**70% des internautes ont plus confiance dans le discours des autres internautes que dans le discours de marque. L'opinion du blogueur semble ainsi marquée a priori du sceau de l'indépendance et de l'objectivité"**



The background features a person in a dark suit, white shirt, and red tie, with their hands clasped in front of their chest. Overlaid on this image are two line-art icons: a red thumbs-down icon on the left and a blue thumbs-up icon on the right. The text 'Bonnes pratiques' is centered over the image.

# Bonnes pratiques





**Des** Questions?

A collection of various hand tools including a hammer, screwdriver, pliers, and wrench, arranged on a wooden surface. The tools are scattered across the frame, with some in the foreground and others in the background. The background is a dark, slightly blurred image of the tools, creating a sense of depth and focus on the text.

# Les **outils** à utiliser



# Quelques outils à utiliser

---



Business Manager

## Facebook Business Manager

Pour gérer une page Facebook



## Snapchat geofilter

Pour créer des filtres Snapchat et promouvoir Saville ou son événement



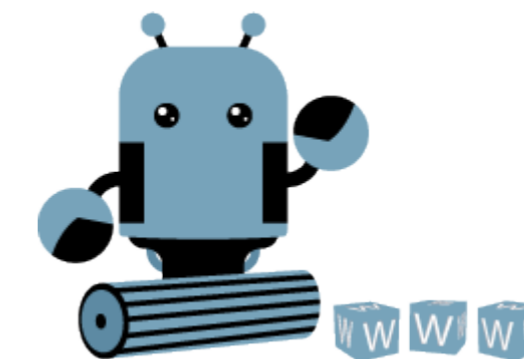
## Hootsuite

Pour gérer différents réseaux sociaux en même temps et programmer des posts



## Google alerte

Pour faire de la veille et cibler des mots-clés



## Raccourcisseurs d'url

Pour obtenir des liens courts. Exemple: lc.cx, urls.fr, etc.



## Trends24.in

Pour suivre l'actualité en hashtag. <http://iqta.gs/> aide à trouver des idées de hashtags.



# Merci !

---

Léa Sapolin - [creation@tieger.fr](mailto:creation@tieger.fr) - 0033 6 95 13 66 95