

Modèle de charte de communication sur les réseaux sociaux

Pourquoi cette charte ?

Cette charte est là pour vous aider à partager votre expérience au sein de [Nom de l'entreprise] tout en restant naturel, authentique et sincère. Elle vous donne des pistes concrètes pour parler de ce qui vous tient à coeur de façon structurée.

Ton et style de communication

Restez vous-même ! Optez pour un ton qui vous ressemble et qui fait écho à la culture de notre entreprise.

Exemple : " Parlez comme si vous racontiez votre journée à un ami. Au lieu de dire "Objectif de performance atteint dans les délais impartis," pensez plutôt à quelque chose comme "Équipe au top ! Fierté d'avoir bouclé notre projet ensemble."

Quand et quoi partager

Partagez vos réussites, vos défis, vos projets ou même les petits moments du quotidien qui vous inspirent.

Exemples de publications :

Projet d'équipe

« Heureuse d'avoir contribué au projet [nom du projet] aux côtés de personnes géniales ! Une aventure riche en rebondissement ! »

Événement

« Moment fort aujourd'hui avec toute l'équipe lors de [nom de l'événement] ! Merci pour cette belle organisation. »

Culture d'entreprise

« Chez [Nom de l'entreprise], on n'a pas peur de se remettre en question ! Parce qu'on sait que c'est dans ces moments-ci qu'on apprend et qu'on évolue. Un grand merci pour la formation enrichissante de cette semaine ! »

Sur le partage de contenus sensibles

Gardons en tête que certaines infos sont confidentielles et qu'il vaut mieux éviter les détails sensibles.

Exemple : « Si vous avez participé à une réunion importante, parlez des progrès de façon générale plutôt que de donner des chiffres précis : "Beaux résultats grâce à l'effort collectif de nos équipes !" »

Hashtags et mentions : un petit boost de visibilité

Utilisez des hashtags, mentionnez des personnes influentes et la page entreprise pour renforcer l'impact et la visibilité de vos publications.

Exemple : “Utilisez le hashtag #teamNomEntreprise et les experts de votre secteur comme [NomExpert] pour booster la portée de vos posts.”

Des images et des visuels pour raconter votre expérience

Choisissez des photos qui capturent l'essence d'un moment au sein de l'entreprise, tout en respectant la vie privée de ceux qui y figurent.

Si vous optez pour des visuels, veillez à partager des modèles facilement modifiables et personnalisables.

Exemple : “Les photos de groupe permettent de rendre l'entreprise plus humaine et accessible. Assurez-vous que ceux qui y figurent sont bien d'accord pour apparaître en ligne.”

Répondre aux commentaires

Les commentaires sont une opportunité de dialoguer. Répondez avec simplicité et, en cas de critique, faites preuve de bienveillance.

Exemple : “Les commentaires sont une opportunité d'échanger. C'est pourquoi que ce commentaire soit positif ou négatif, restez toujours dans une posture constructive.”