

# Comment se présenter en ligne : la syntaxe du web au service du projet

*Les éléments à intégrer dans un message sur les réseaux sociaux*

Il est intéressant de remarquer que la plupart des réseaux sociaux et des outils de diffusion web, utilisent des éléments communs et nécessaires à la bonne promotion d'une idée. En effet on peut retrouver globalement :



The screenshot shows a tweet from Sylvain Maire (@Slyan). The text of the tweet is: "Vous connaissez l'Uri-Gouttière ? #Innovation pour un #assainissement sans #eau à #Montpellier ! youtube.com/watch?v=WlcUTe... @EcosecFr @Com4Dev". Below the text is a video thumbnail with a play button and the title "Expérience 1 : l'Uri-Gouttière". The video description reads: "Le réseau de l'écusson à Montpellier est unitaire, pourquoi ne pas connecter des urinoirs sans eau sur les gouttières ... et ainsi ne plus avoir d'odeur d'ur... youtube.com". At the bottom, there are statistics for "RETWEETS" (4) and "JAIME" (7), along with a row of social media sharing icons.

- Un **titre** clair, efficace et original
- Une **baseline** (le slogan) : la description du projet ou de la personne en une idée force (cette dernière peut se confondre avec le titre)
- Un **texte** d'explication et de contextualisation (facultatif), indiquant notamment des coordonnées d'espace et de temps (où et quand). Ce texte peut inclure :
  - Ce que récepteur peut trouver comme ressource ("ce que je peux apporter")
  - Comment le récepteur du message peut aider l'émetteur ("ce dont j'ai besoin pour la réussite de mon projet")
  - Des **mots clefs** : soit dans le texte pour le référencement dans les moteurs de recherche, soit dans les libellés de l'article (de blog par exemple) pour le classer, soit en tant que hashtag (mot-dièse ou mot-clic sous cette forme : #hashtag) pour apparaître dans des fils de discussion. Des liens vers des personnes avec le @ arobase **@PrénomNom** pour les toucher directement et qu'ils soient notifiés.
- Une **image** de bonne qualité et porteuse de sens (dans le contexte du message) ou une vidéo (souvent un lien vers la vidéo). Utiliser des visuels augmente sensiblement les interactions avec les utilisateurs.
- Un **lien**, qui est l'**objectif du message** : un flux de vidéo, un album de musique à écouter, un site à visiter, une page à "liker" (c'est-à-dire à "aimer"), une inscription à une base de données, à une newsletter, un remerciement à des personnes, etc.
- Un moyen de **contact** (ce dernier peut se confondre avec le lien ou avec le profil qui poste le message).



Abonné

Accélérateur de projet sur un reportage #photo sur les #méduses au @BIB\_hackerspace à #Montpellier 18-19h  
[facebook.com/events/7960330](https://facebook.com/events/7960330) ... #Open

RETWEETS  
3

J'AIME  
6



16:45 - 21 mai 2015

Par exemple, la description d'un profil sur Twitter permet de mettre une photo de profil, une description en 140 caractères, un lieu et un lien. Un tweet, qui doit se limiter à 140 caractères doit si possible intégrer une idée force sous la forme d'un slogan, une image (pour plus de visibilité) et un lien (l'*objectif* de l'action de communication).

**Com for Dev**  
2 mars · Montpellier, France · 🌐

C4D cherche des financements pour son projet Papy2.0 qui cible les seniors comme community managers associatifs. Any idea ?  
[https://www.youtube.com/watch?v=w\\_OvqLFWrFA](https://www.youtube.com/watch?v=w_OvqLFWrFA)

**RETOUR CHEZ MA MÈRE** Bande Annonce (Comédie - 2016)  
Alexandra Lamy tente d'expliquer internet à Josiane Balasko ! ★ Les MEILLEURES Comédies ICI ▶  
<https://goo.gl/iPdJyY> ★ Abonne-toi à la chaine...  
YOUTUBE.COM

7 J'aime

Partager

Sur Facebook, les messages peuvent intégrer beaucoup d'éléments sans limite de taille : on peut ainsi faire un message intégrant un ou plusieurs de ses éléments en fonction du contexte de communication. Par exemple : juste un slogan, un paragraphe avec une photo et une vidéo et des mots clefs, du texte et un lien.

Sur un blog, un article comprendra un titre, une image et plusieurs paragraphes, entrecoupés de sous-titre ou citation sous forme de slogan.

Nous pouvons remarquer que les messages les plus efficaces dans les médias sociaux, au delà du choix du thème, intègre tous ces éléments de manière parfaitement maîtrisé.

Contact :  
Sylvain Maire ([sylvain.maire@c4dev.org](mailto:sylvain.maire@c4dev.org))





