## Médias sociaux et génération de revenus : idées et conseils de Radios Rurales Internationales

### Idées

* **Assurez votre présence sur les médias sociaux**. Créez une page ou un compte sur le profil social le plus avantageux pour votre auditoire. Assurez-vous que toutes les informations relatives à votre station sont à jour, et que le profil est lié à votre site Web si vous en avez un. Actualisez votre profil en publiant de nouveaux messages quelques fois par semaine. Votre simple présence sur les médias sociaux démontrera l’importance de la portée de votre station aux annonceurs. Ce ne sont pas tous les auditeurs et auditrices qui vous contacteront sur les médias sociaux, mais vous pouvez avoir une idée de la popularité de votre station grâce au nombre de personnes qui vous suivent ou de « Jaimes » sur votre média social.
* **Renforcer vos relations avec votre auditoire sur les médias sociaux**. Diffusez régulièrement des éléments nouveaux sur la communauté et des bulletins d’actualité, au moins une fois par jour si possible. Il est bon d’avoir divers messages : nouvelles nationales, nouvelles locales, un extrait de votre émission, une photo d’un événement communautaire avec des nouvelles de la communauté, ou une photo d’un de vos animateurs ou d’une de vos animatrices en studio ou en train d’interviewer quelqu’un. Tout cela permet à votre auditoire d’avoir des nouvelles intéressantes sur les médias sociaux et de se sentir connecté à votre station ou votre émission.
* **Publier des informations relatives aux commanditaires sur les médias sociaux**. Si une personne commandite une émission, vous pourriez inclure dans le forfait que vous lui offrez pour les publicités la publication d’un message sur votre page chaque semaine, enmentionnant le sujet de ladite émission, ainsi que le nom du commanditaire. Par exemple : « Cette semaine, à \_\_\_, nous discuterons de la récente apparition de la légionnaire d’automne. Madame \_\_ se joindra à nous pour partager ses connaissances sur ce ravageur. Rejoignez-nous à (heure) pour cette formidable émission, commanditée par \_\_\_. » Établissez également un lien avec la page du réseau social du commanditaire.
* S’il y a suffisamment beaucoup de personnes qui écoutent votre émission agricole, **créez une page Facebookconsacréejusteà l’émission agricole**. [Nkhawa Njee- Yonse Bo](https://www.facebook.com/NkhawaNjeYoseBo/) était une émission sur la santé mentale au Malawi, qui était diffusée sur Radio 2 FM. Elle était financée par notre partenaire Farm Radio Trust. Les promoteurs de l’émission ont créé leur propre page Facebook qui a été très populaire, avec plus de 22 000 « Jaimes » (peut-être parce que l’émission s’adressait aux jeunes). Ces promoteurs ont partagé des liens vers des articles sur la santé mentale provenant d’autres sources, ainsi que des informations sur les animateurs et les sujets qu’ils abordaient dans l’émission.
* **Créez un groupe WhatsApp pour vos auditeurs et vos auditrices**. Cela peut être un moyen pour eux d’interagir entre eux et avec vous. La gestion de ce genre de groupe peut nécessiter beaucoup plus de temps, alors assurez-vous d’être en mesure de le faire dans le cadre de votre travail. Cependant, vous pourriez même offrir cela aux membres du fan-club de votre station, afin que vos auditeurs et vos auditeurs puissent interagir entre eux et avec vous, à travers des questions-réponses. Si vous enregistrez votre émission, vous pourriez partager le lien de votre audio sur WhatsApp.
* **Certaines stations de radio publient des extraits de leur émission radiophonique sur Soundcloud et partagent ces derniers par le biais des médias sociaux**.[Radio Trade FM](https://www.facebook.com/tradefm/)le fait, notamment avec les renseignements sur les prix de certaines denrées agricoles. Les extraits sont courts, de sorte qu’ils facilitent le partage. Elle met régulièrement à jour ses comptes, ce qui fait que les informations les plus récentes sont toujours disponibles. Consultez sa page Soundcloud ici : <https://soundcloud.com/tradefm>.

### Conseils

* Actualisez régulièrement votre page pour que les gens sachent qu’elle est toujours active!
* Informez vos auditeurs et vos auditrices que vous êtes sur les médias sociaux, et qu’ils peuvent vous contacter là-bas!
* Allez là où se trouve votre auditoire. Créez des pages, des profils ou des comptes sur les réseaux sociaux que les gens utilisent. Si vos auditeurs et vos auditrices ne sont pas sur Twitter, ne créez pas de page Twitter. La mise à jour de plusieurs comptes peut nécessiter beaucoup de travail, alors, ne soyez pas sur tous les médias sociaux!
* Publiez des choses qui intéressent les personnes qui vous suivent. Il peut s’agir d’avis sur votre propre émission, de nouvelles de la communauté, d’une piste pour le sujet à aborder dans le prochain épisode, mais également de toutes les dernières nouvelles politiques ou sportives, y compris des photos ou des liens vers d’autres sources d’actualité.
* Élaborez une stratégie pour les médias sociaux. Vous en saurez davantage en consultant la Trousse d’outils de la radio communautaire, dans laquelle 5 questions sont posées sur l’élaboration d’une stratégie pour les médias sociaux :
  + Quel but voulez-vous atteindre à travers les réseaux sociaux?
  + Quel temps pouvez-vous consacrer aux médias sociaux?
  + Qui sont ceux et celles qui vous suivent sur les médias sociaux?
  + Lesquels des médias sociaux pourraient vous aider le plus à atteindre votre but?
  + Qui sera impliqué dans la mise en œuvre de votre plan d’action?

(Note : Les producteurs de cette trousse d’outils sont basés au Royaume-Uni, par conséquent, certains de leurs conseils pourraient ne pas être adaptés à vos besoins : <http://www.communityradiotoolkit.net/social-media/developing-a-social-media-strategy/>).

### Médias sociaux populaires :

**Twitter**

Twitter vous permet désormais de publier des messages de 280 caractères, ainsi que des photos et de courtes vidéos. Cela est très pratique pour les messages courts contenant des liens. Mais il est souvent plus prisé par les entreprises et les organisations que les particuliers.

**Facebook (+Messenger)**

Facebook reste le site de médias sociaux le plus populaire. Il vous permet de publier des photos, des vidéos, des textes avec des liens, et de réaliser des sondages. Les gens peuvent également vous envoyer un message personnel sur Messenger. C’est la même chose pour une page d’affaires. Les particuliers peuvent vous envoyer un message privé à l’aide de Messenger.

Vous pourriez également créer un groupe privé sur Facebook. Vous pouvez créer un groupe pour mettre les membres de votre auditoire en contact les uns avec les autres, le personnel de la station, afin qu’ils puissent faire des commentaires sur le dernier épisode de l’émission radiophonique, poser des questions ou répondre aux questions.

**Instagram**

Instagram est destiné au partage de photos, mais il peut constituer un bon moyen pourdévelopper un esprit de communauté. Toutefois, le partage de liens est impossible sur Instagram, alors vous devrez inclure toutes vos informations dans l’encadré de la photo.

**Whatsapp**

Vous utilisez probablement WhatsApp à titre individuel pour envoyer des messages textes, etc. Vous pouvez également permettre aux membres de votre fan-club d’interagir entre eux et avec les animateurs. Mais cela pourrait être difficile à gérer, car il vous faudra vous assurer que personne n’insulte l’autre ou ne publie des commentaires déplacés. Vous pourriez aussi créer une liste de diffusion qui vous permettra d’envoyer des messages groupés à une liste entière. Il s’agit d’un bon moyen pour diffuser des enregistrements d’émissions, des promos pour les prochains épisodes, ou une invitation demandant aux gens d’appeler à votre émission.

**Soundcloud**

Ce site vous permet de télécharger des audios. Plusieurs stations de radio l’utilisent pour diffuser des extraits ou des épisodes intégraux de leurs émissions.

**Canva**

C’est un site simple destiné à la création d’images intéressantes. Vous pouvez utiliser des formes, des arrière-plans, différentes polices, des images téléchargées, etc., pour créer des graphiques intéressants.

**Buffer / Hootsuite**

Ces outils servent à la programmation des publications de messages sur différents réseaux sociaux. Reliez simplement vos comptes ici. Vous pouvez préparer le texte ou l’image, et programmer le moment de sa publication. Conseil : vous pouvez déjà programmer des publications de messages pour Facebook à l’aide des Outils de publication, mais si vous publiez des choses similaires sur Facebook, Twitter et Instagram, c’est un moyen formidable pour le faire. Consultez notre guide de programmation sur les médias sociaux pour avoir de plus amples renseignements sur la programmation de la publication des messages.

Cette liste n’est pas une liste des médias sociaux dont disposent les radiodiffuseurs et les radiodiffuseuses. De nouveaux outils de médias sociaux sont tout le temps développés et deviennent populaires. Au nombre de ces outils figurent Snapchat, Telegram, Viber et WeChat. Mais consacrer du temps à tous ceux-ci pourrait absorber le temps de travail d’une seule personne, voire plus! Alors, définissez la manière dont vous utiliserez les réseaux sociaux et quels outils pourraient vous aider à mieux atteindre vos objectifs.