

Programme de la journée

- Quelques outils web pratiques
- Quelques sites web
- La newsletter: envoyer simplement des mails à une liste d'abonnés
 - Organiser la base de données
 - Utiliser un logiciel de routage spécialisé
- Facebook
 - Groupe ou page?
 - Création d'un groupe
 - Création d'une page
 - Quelques conseils d'animation
- Autres réseaux sociaux pratiques
 - Rôles des principaux réseaux sociaux
- Pistes pour créer un petit site internet

OUTILS PRATIQUES

Slideshare: permet de diffuser des présentations sous forme de diaporama à partir d'un pdf.

<http://www.slideshare.net/>

➤ Permet une connexion avec le compte Facebook

➤ Exemple: <http://www.slideshare.net/Chicanairlandes/americas-4-by-peter-winn-4103836>

Issuu: permet de créer une présentation avec effet livre à partir d'un pdf.(idéal pour créer et partager une petite brochure magazine)

<http://issuu.com/>

➤ Permet de partager sur Facebook ou d'intégrer dans wordpress

➤ Exemple: http://issuu.com/theskinny/docs/the_skinny_october_73

Pagemodo: permet de créer la page welcome d'une page Fan Facebook personnalisée simplement.

<http://www.pagemodo.com/>

Exemple: <http://www.pagemodo.com/examples>

PDF Créateur: permet de transformer n'importe quel type de document en pdf. (word, excel, powerpoint...).

Logiciel sur clé USB – s'installe en tant qu'imprimante. Pour ensuite convertir un document, faite ctrl+p et choisir l'imprimante PDF créateur.

Winrar: permet de décompresser des fichiers Zip

Logiciel sur clé USB – régulièrement, une fenêtre propose d'acheter la version complète du logiciel. Cliquez simplement sur fermer.

Photofiltre: permet de la retouche d'image facile

Logiciel sur clé USB – contrairement à Photoshop, pas de système de calques

Sites web

.Mailchimp: <http://mailchimp.com/>

➤ Envoi de newsletter

. JotForm: <http://www.jotform.com/>

> Permet d'intégrer des formulaires de contact dans les pages facebook.

. Wordpress.com: <http://wordpress.com/>

➤ Permet de créer des petits sites web facilement

. Doyoubuzz: <http://doyoubuzz.com/>

> Faire un Cv téléchargeable en ligne

La newsletter – un outils de communication puissant

1) Organiser sa base de données et mettre en forme ces information sur Excel

Quelques fonctions Excel utiles:

> Mettre la première lettre d'un nom en majuscule

Fx =NOMPROPRE(sélectionner les cellules à convertir)

> Mettre tout le nom en majuscule

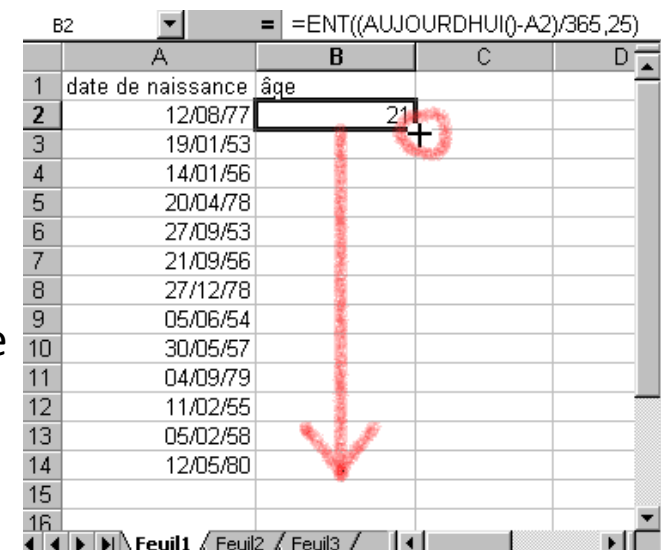
Fx =MAJUSCULE (sélectionner les cellules à convertir)

> Rechercher et remplacer (ex. Monsieur > Mr)

Ctrl+F

> Étendre une information à toutes une colonne

Double cliquer sur la cellule (la cellule se dupliquera sur toute la colonne à condition qu'il y ait une donnée dans la cellule adjacente



The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D
1	date de naissance	âge		
2	12/08/77	21		
3	19/01/53			
4	14/01/56			
5	20/04/78			
6	27/09/53			
7	21/09/56			
8	27/12/78			
9	05/06/54			
10	30/05/57			
11	04/09/79			
12	11/02/55			
13	05/02/58			
14	12/05/80			
15				
16				

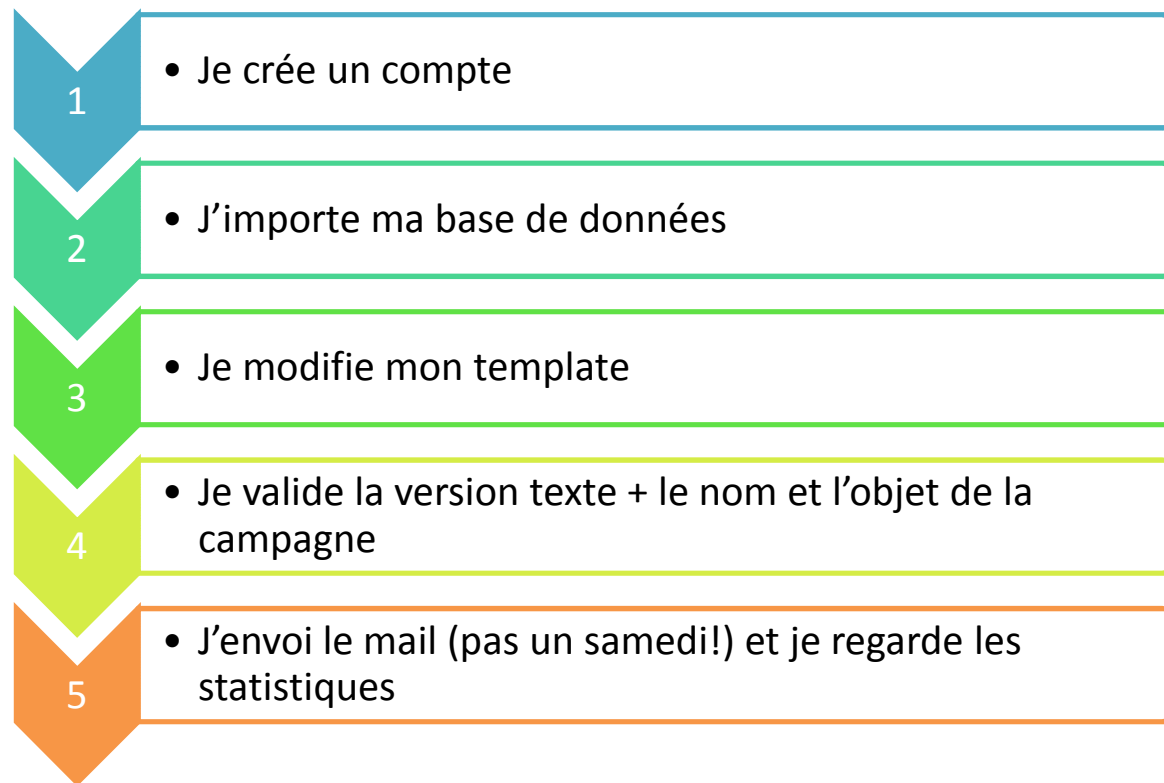
The formula bar at the top shows: `=ENT((AUJOURDHUI()-A2)/365,25)`. A red arrow points down from cell B2, indicating a fill operation.

- 2) Ajouter une colonne « ORIGINE » afin d'avoir l'origine de vos contacts (ex. sortie de ski H2011; réunion psot-voyage...)
- 3) Enregistrer le document en Texte (.txt) ou en .csv (dos)
- 4) Allez sur Mailchimp

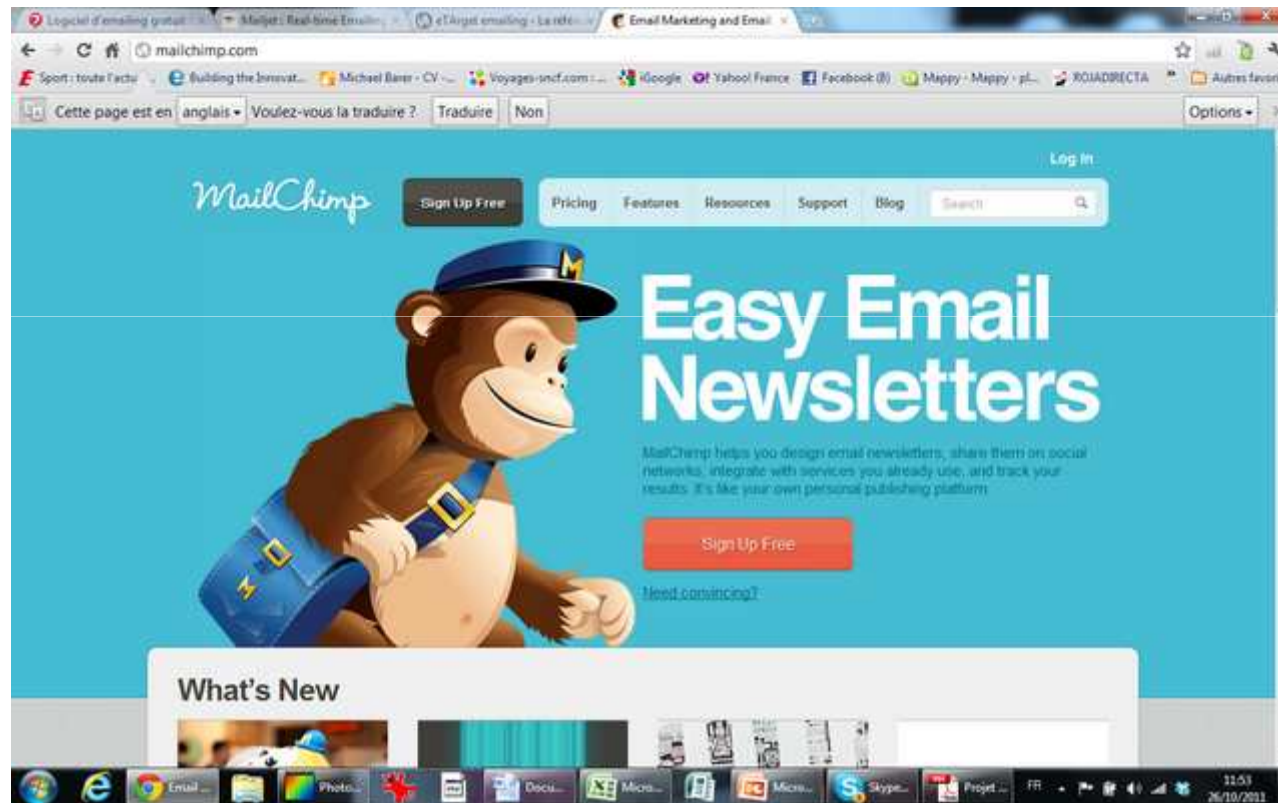
MAILCHIMP

Ce logiciel en mode SaaS permet d'envoyer 12000 emails par mois sur 2000 adresses gratuitement.

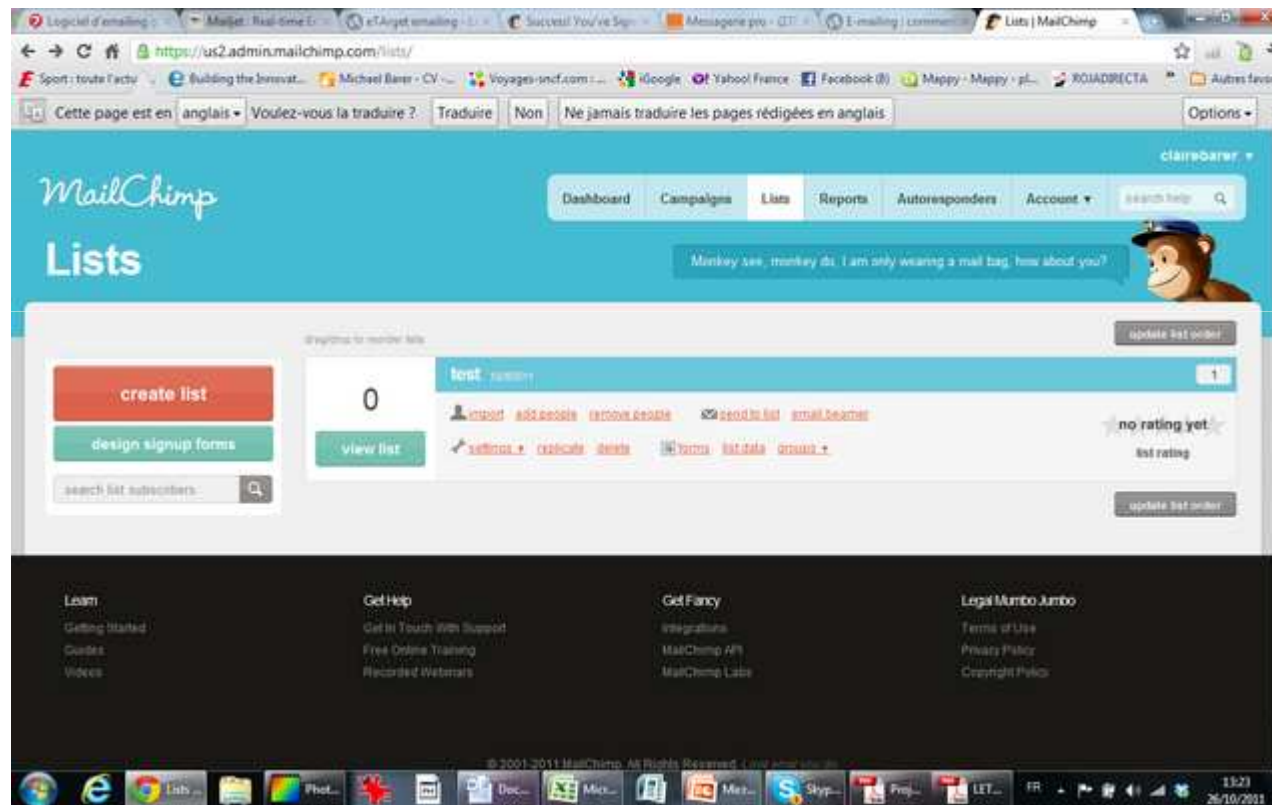
Quelques étapes simples pour préparer une campagne d'emailing (newsletter):



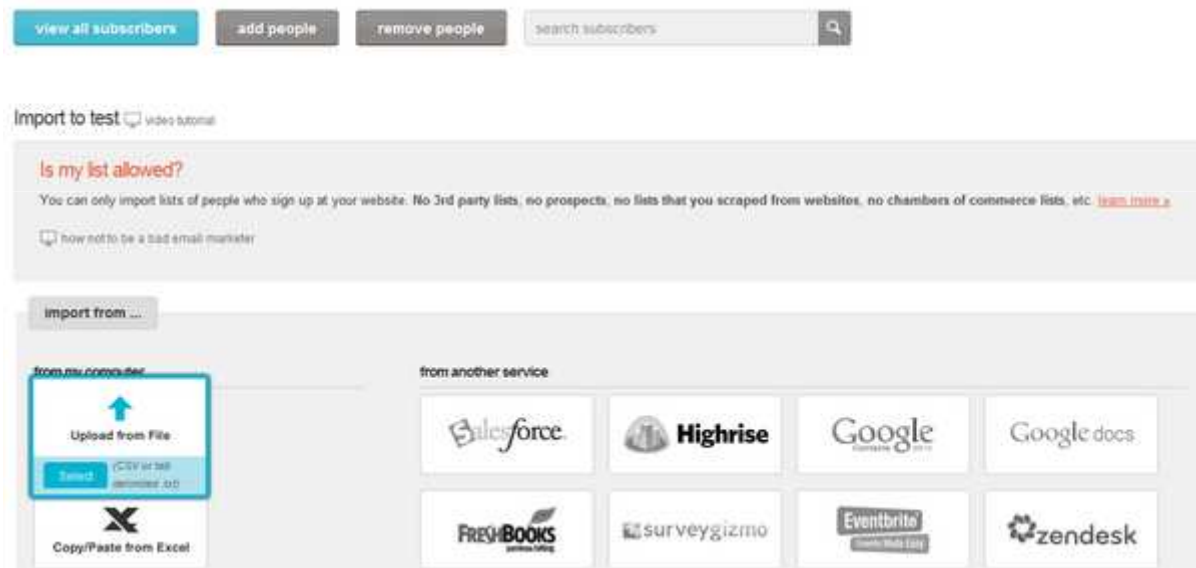
1. Je crée un compte



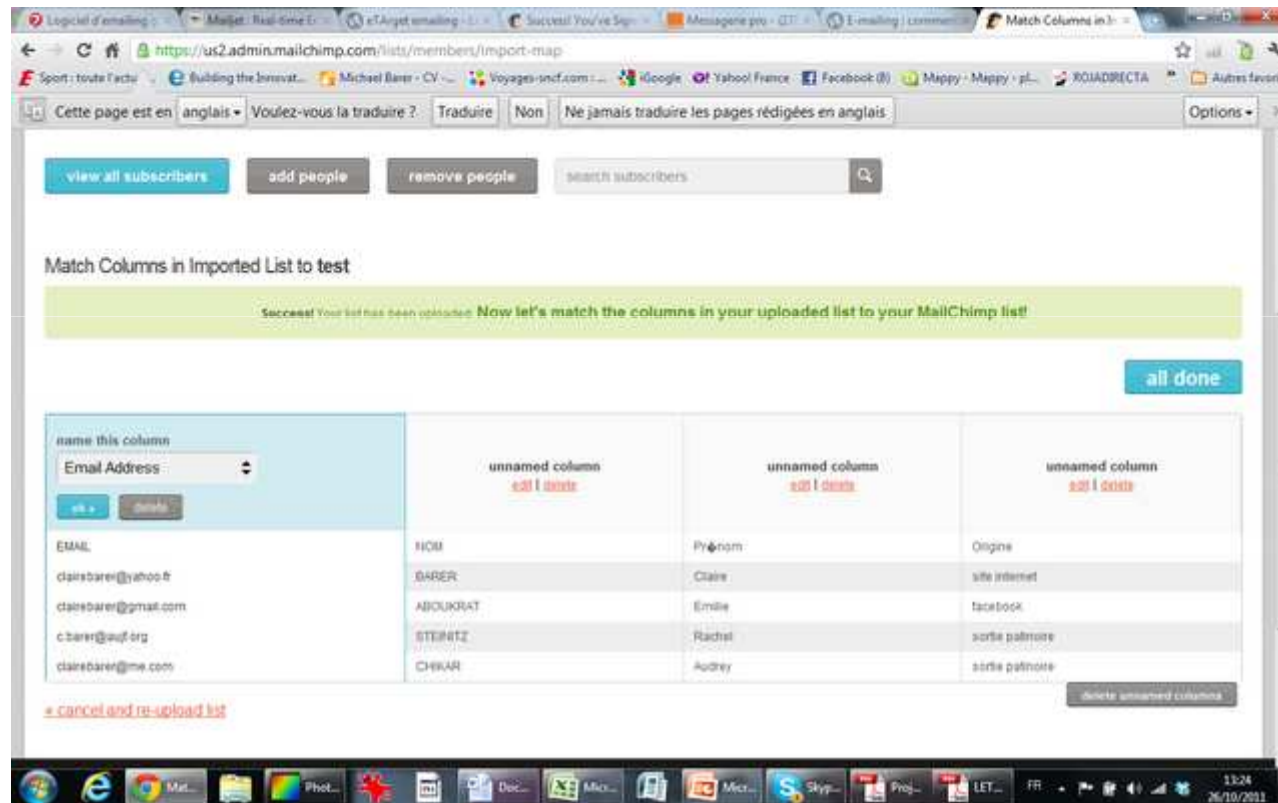
2. j'importe la base de données (en cliquant sur « import »)



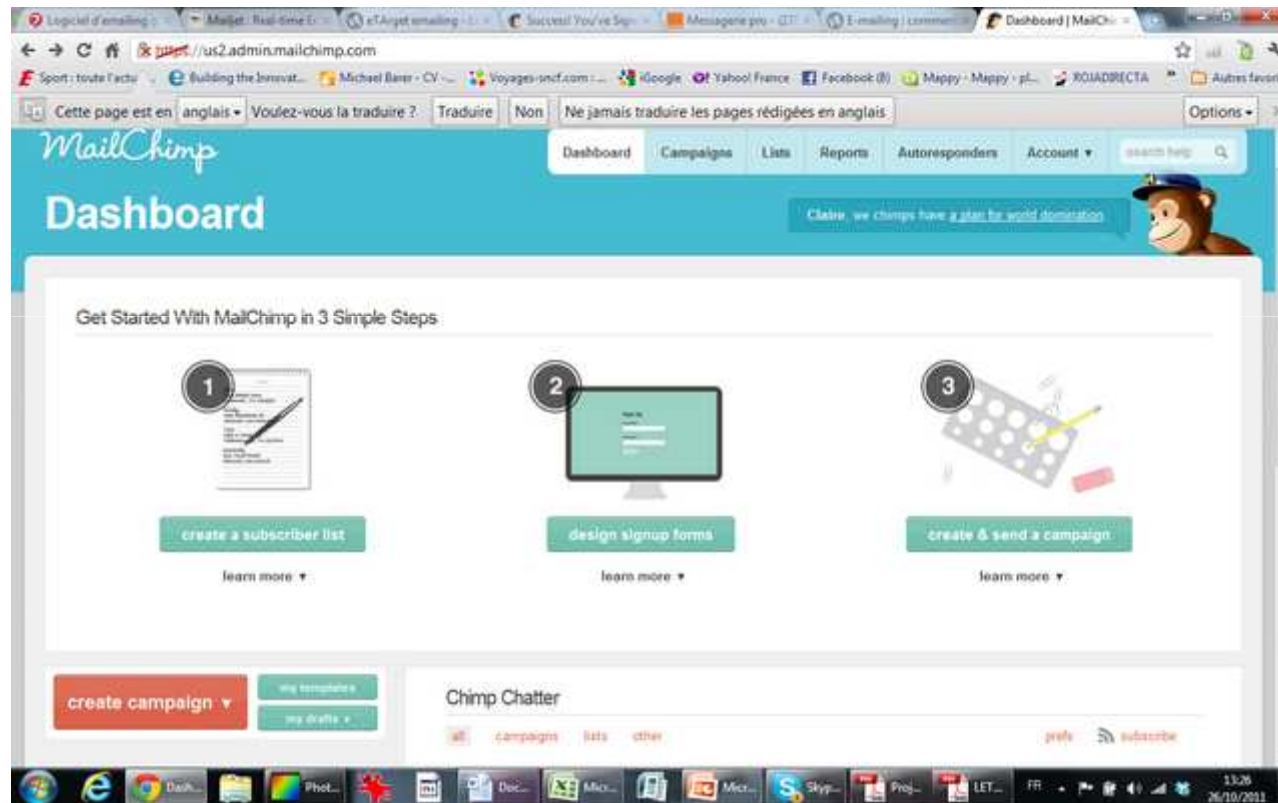
3. Je charge mon fichier Excel enregistré en version .txt



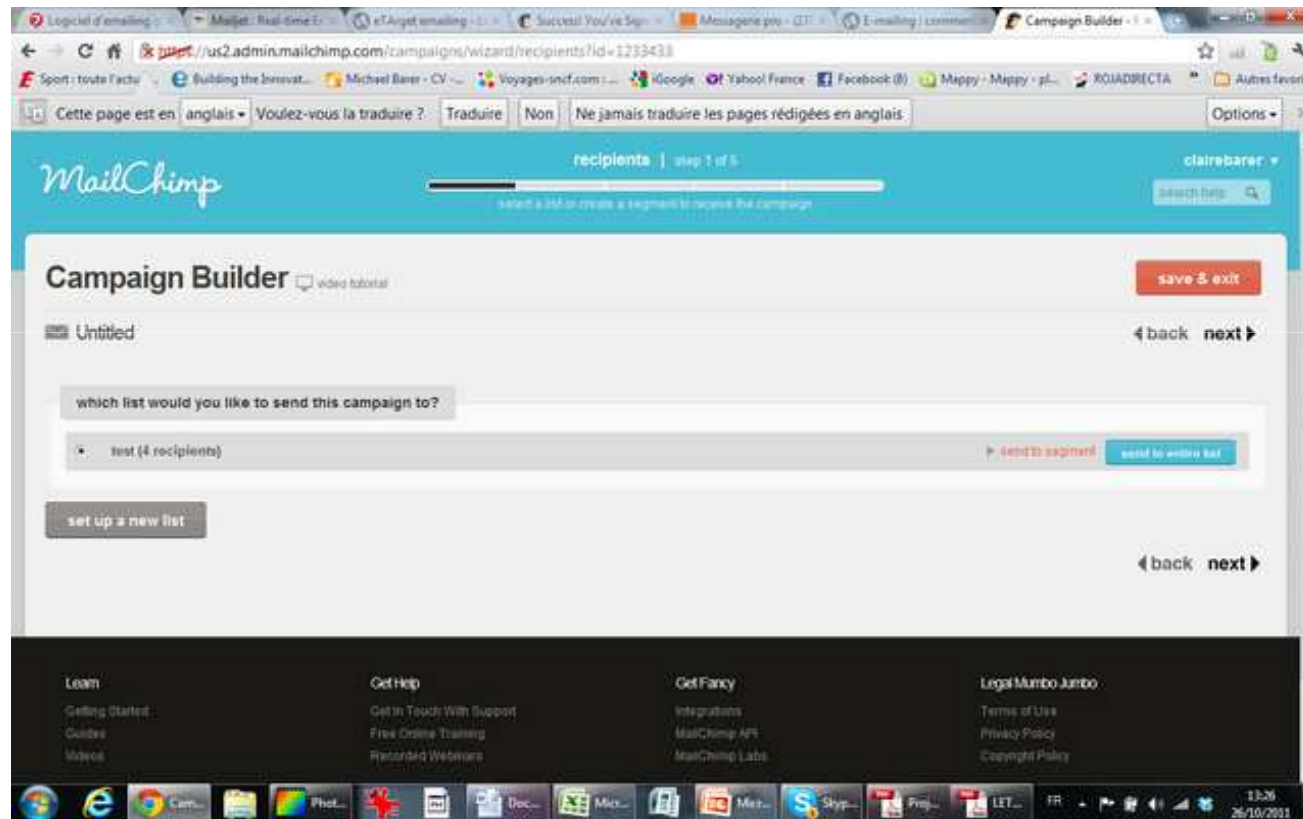
4. Je fais correspondre les champs des colonnes avec l'en-tête des colonnes de mon fichier Excel



5. Je crée le contenu de ma newsletter (« create & send campaign »)



6. Je sélectionne la liste d'inscrits que j'ai importé préalablement (cf. étape 3)



7. Je valide les éléments de campagne.

(adresse de retour, objet du message – 50 caractères espaces compris idéalement)

The screenshot displays the MailChimp Campaign Builder interface for a campaign named "Campagne test formation". The interface is divided into two main sections: "campaign info" and "tracking, social networking, and more".

Campaign Info:

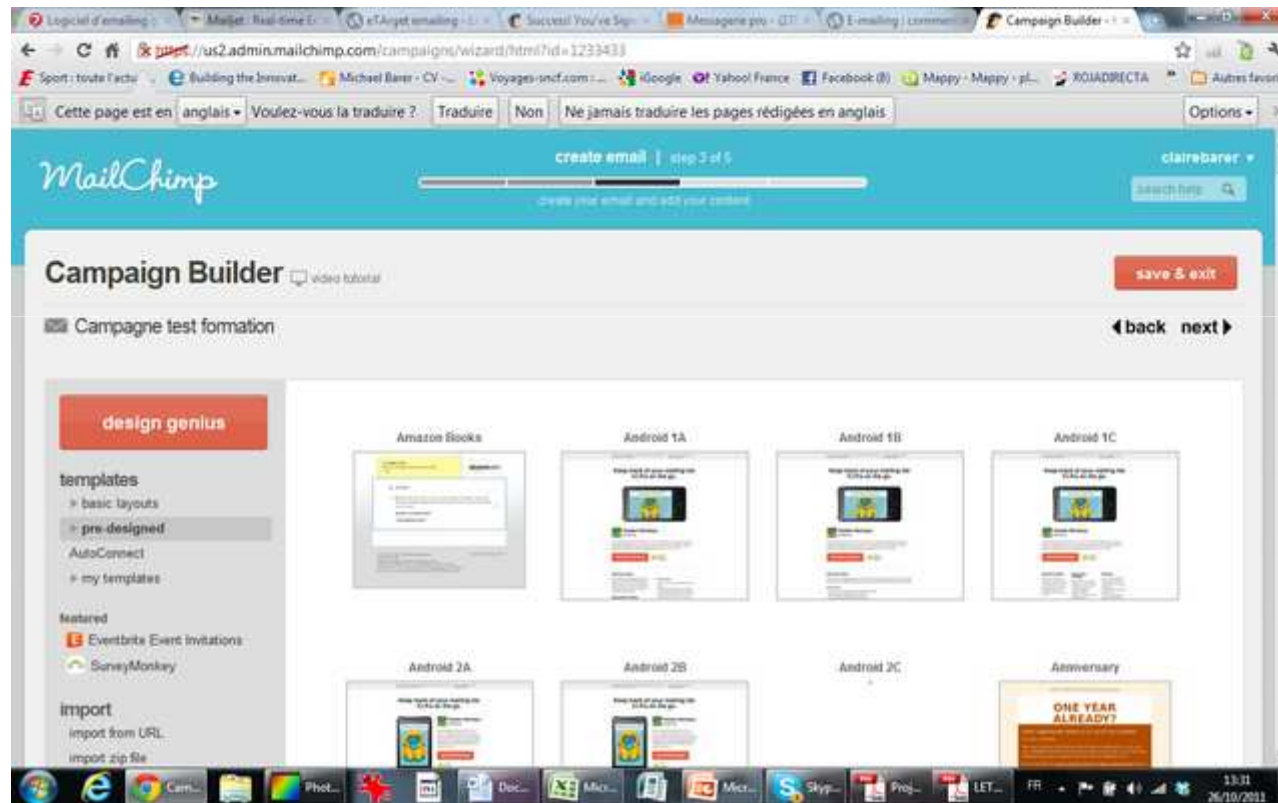
- name your campaign:** Campagne test formation
- message subject *:** Une email test (50 caractères idéalement, espaces compris)
- from name *:** AUJF
- reply to email *:** clairebarer@yahoo.fr
- ☒ **personalize the "To:" field** (info)
- specify "MERGETAGS" for recipient name:** *{FNAME}* *{LNAME}* (info)

Tracking, Social Networking, and More:

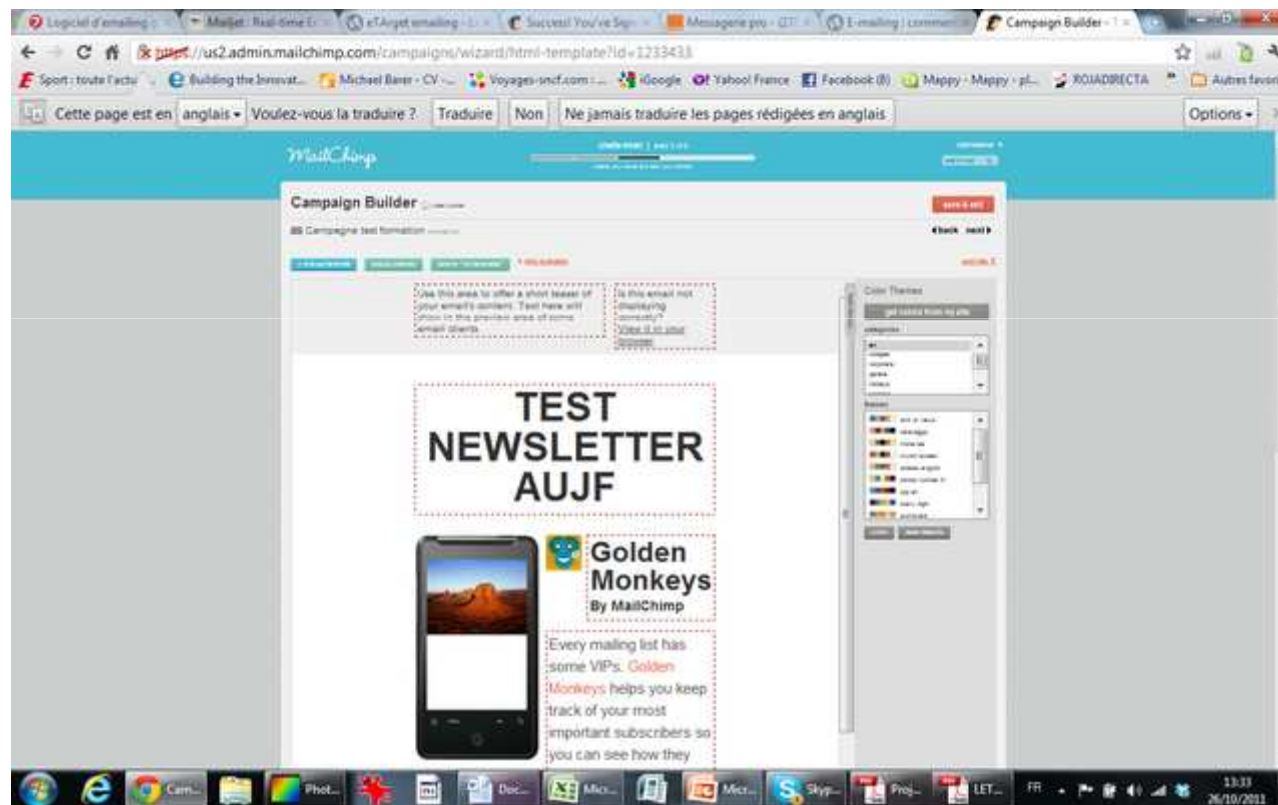
- email tracking:**
 - ☒ **track opens** (Learn how open tracking works, and how accurate it is)
 - ☒ **track plain text clicks** (Required on free accounts, optional on paid account)
 - ☒ **track clicks** (Required on free accounts, optional on paid account)
 - ☐ **add Google Analytics™ tracking to all URLs** (Monitor traffic from campaigns to your site. info)
- send to Twitter:** Auto-tweet upon send. (connect to Twitter)
- integrate with Facebook:** Auto-post to Facebook upon send, or enable Facebook Comments. (connect to Facebook)
- ☒ **allow comments** (info)

The interface includes a "save & exit" button in the top right corner and "back" and "next" navigation buttons. The browser's address bar shows the URL: <https://us2.admin.mailchimp.com/campaigns/wizard/setup?id=1233433>. The taskbar at the bottom shows various open applications and the system clock indicating 13:31 on 26/10/2011.

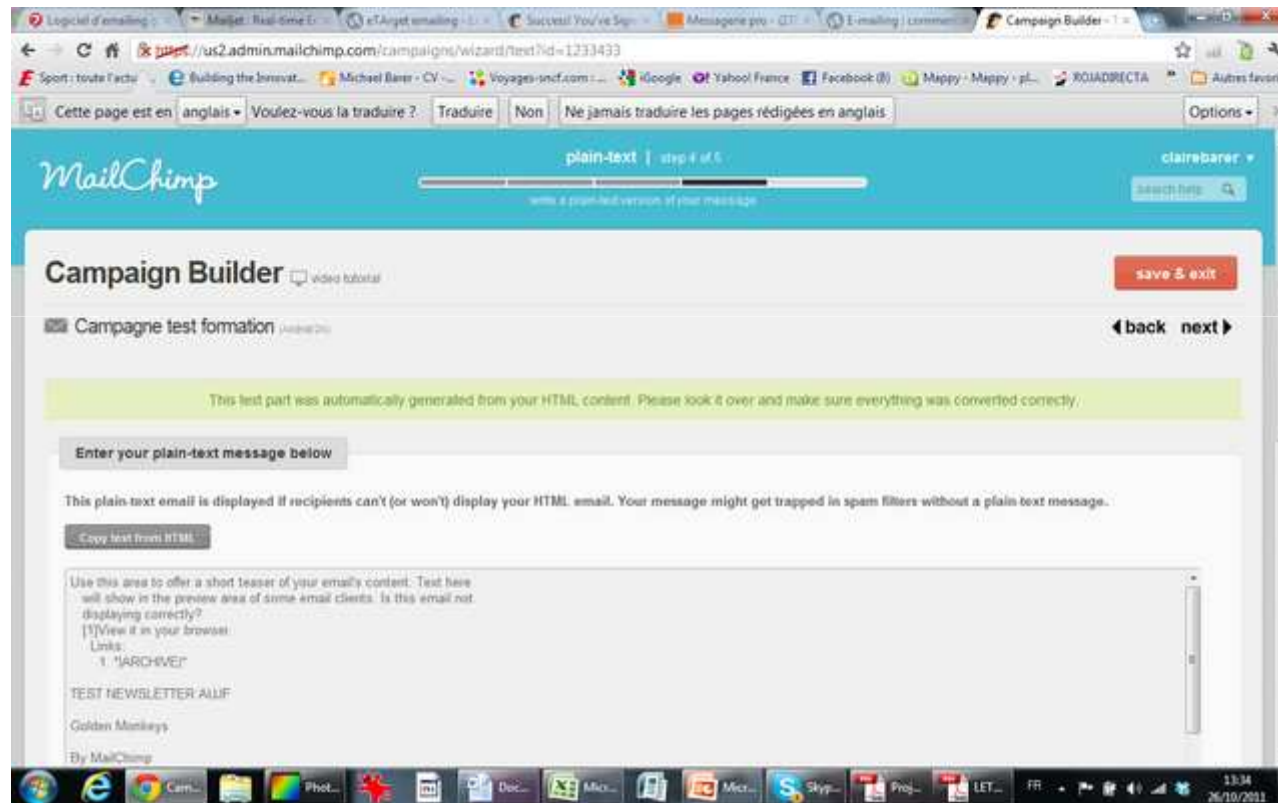
8. Je choisie ma mise en page



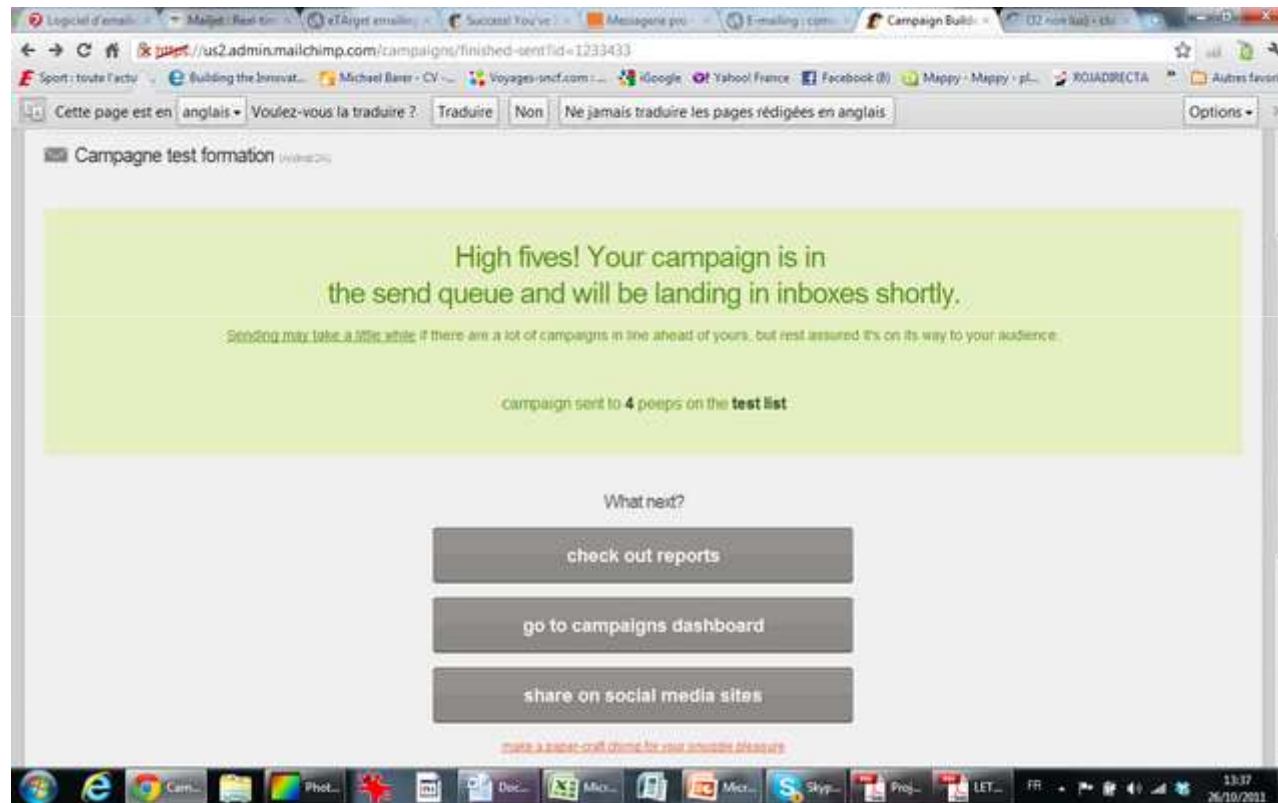
9. Je modifie les éléments (textes et images)



10. Je valide la version text

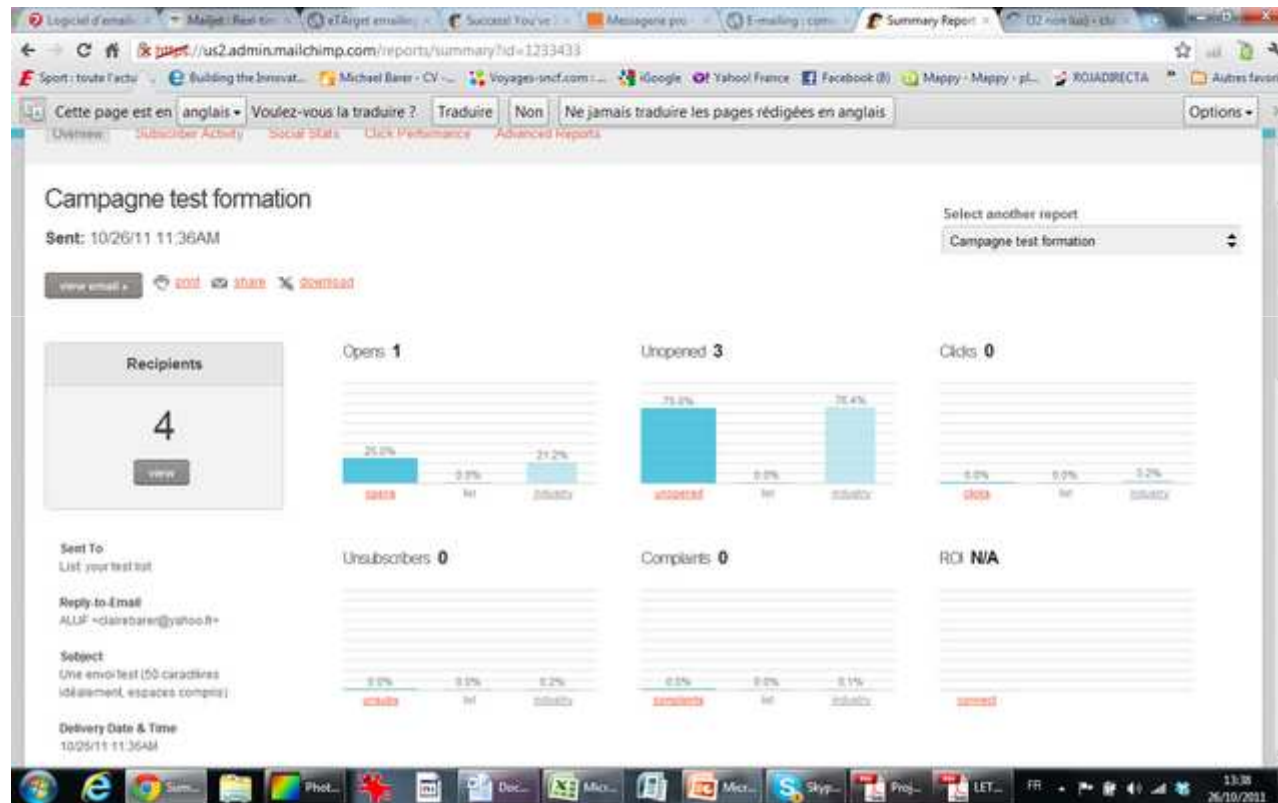


11. j'envoie!



Je regarde les statistiques

(taux d'ouverture/taux de clics/Bounces)





Réseau Social: Facebook

- 1) Avant toute chose, je crée **un profil**.
(avec une photo, c'est toujours mieux !)
- 2) Je veux réunir un groupe de personnes afin de transmettre des informations régulières, échanger et faire participer.

2 Possibilités

UN GROUPE ?

UNE PAGE ?

ATTENTION: votre profil personnel ne doit pas servir d'alternative au groupe ou au

UN GROUPE

- . Le groupe correspond dans la « vraie vie » à un club.
- . Il permet une collaboration accentuée autour d'un thème, d'un sujet (possibilité de discussion en temps réel à plusieurs) avec la possibilité d'écrire des articles + partager des photos.
- . **Les nouveaux groupes Facebook (nouvelle version sept.2011) ne permettent plus d'écrire un message aux membres du groupe, de promouvoir un évènement privé.**

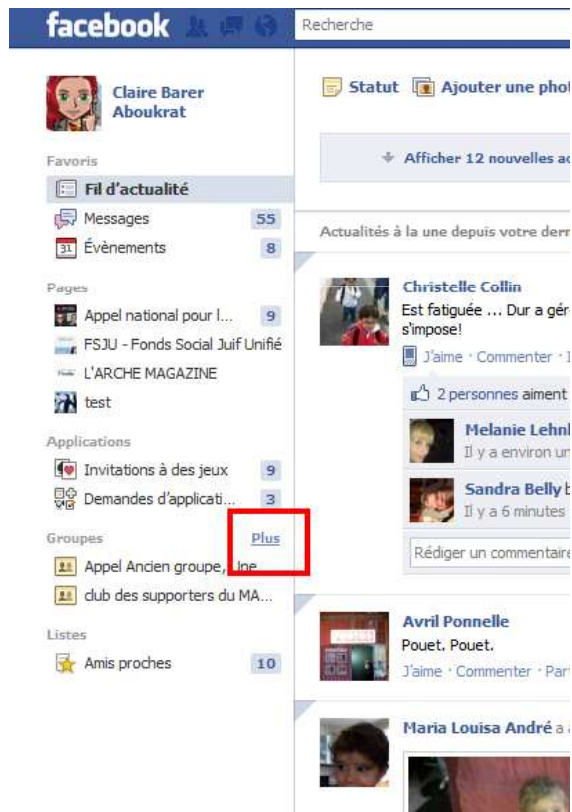
UNE PAGE

- . La page Fan est un représentant Officielle d'une institution ou d'un projet.
- . On peut choisir le nom de sa page et avoir un raccourci facile à promouvoir du type:
<http://www.facebook.com/Appelnationalpourlatsedaka>
- . Il permet de promouvoir une activité, ajouter des applications (dont une analyse de trafic « Insights », lien avec Twitter, page d'accueil personnalisée)
- . Les paramètres de confidentialité sont importants.



Création d'un groupe Facebook

Cliquez sur « + » dans la colonne de gauche de votre profil au dessus de la rubrique « Groupe »



Cliquez sur «créer un groupe »



Création d'une page Fan Facebook

- <http://www.facebook.com/pages/create.php>
- > Choisir le type d'activité / donner un nom à la page (**important car c'est ce nom exacte qui sera recherché dans le moteur de recherche Facebook**)

4 critères pour un bon nom: court, mémorable, prononçable, approprié.

- Importer l'image principale de votre page: le logo ne doit pas dépasser 200 (large)x600 (haut) px.
(attention, sur certains affichages, l'image peut être légèrement tronquée sur les côtés. Pensez à ne rien placer d'important en bordure d'image)
- Inviter des Amis, importer des contacts
- Donner des informations sur votre page

1. Créer une page

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

ou en bas de l'écran Facebook, cliquez sur le lien « créer une page »

facebook Recherche Claire Accueil

Créer une Page
Communiquez avec vos fans sur Facebook.

Veuillez entrer le nom de la Page.

Lieu ou commerce local

Entreprise, organisme ou association
Rejoignez vos supporters sur Facebook.
Alimentation
J'accepte les conditions applicables aux Pages Facebook
Bien démarré

Marque ou produit

Artiste, groupe ou personnalité publique

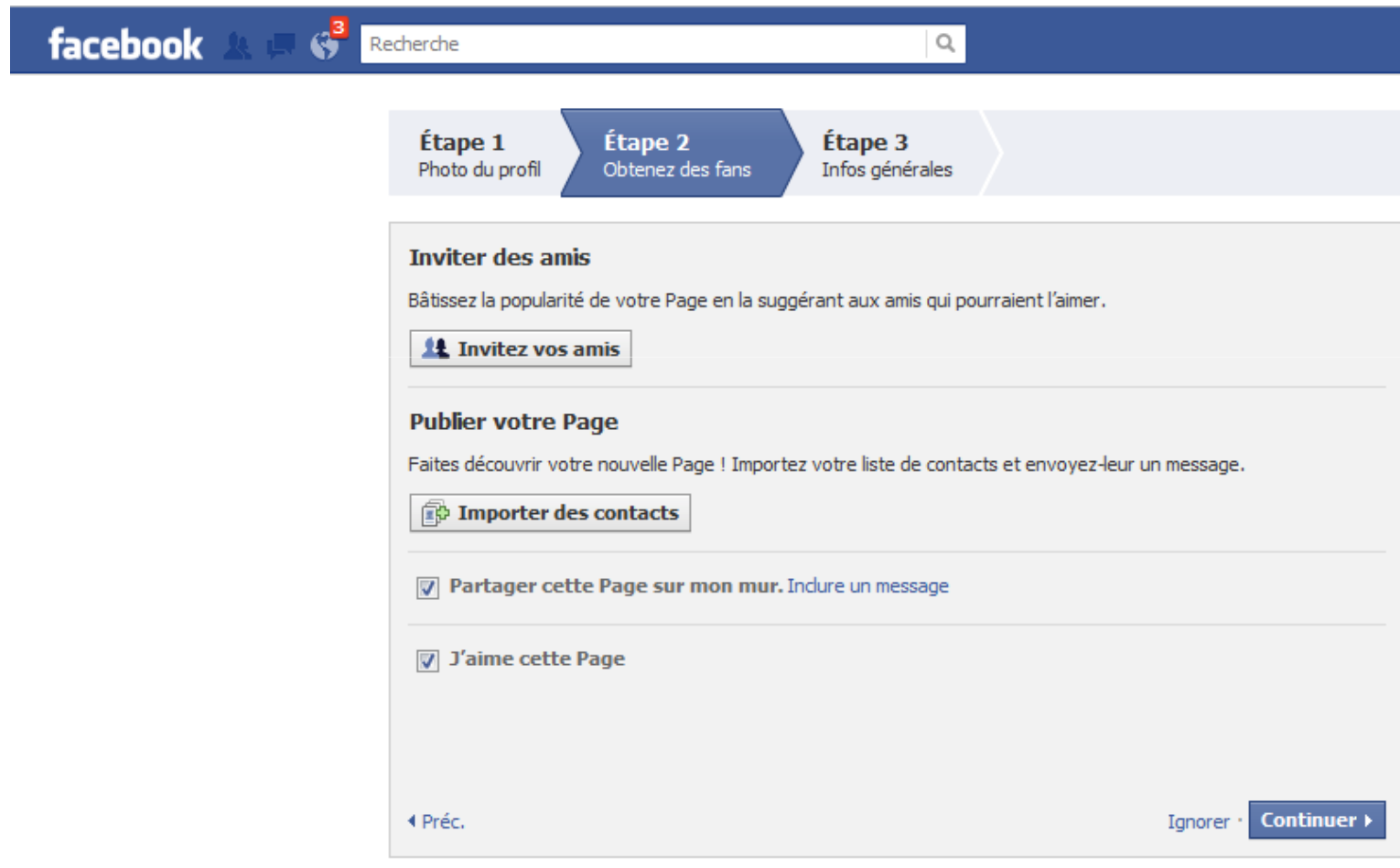
Divertissement

Cause ou communauté

2. Importer l'image principale de votre page (200x600px)



3. Importer vos contacts, invitez vos amis



The image shows a screenshot of the Facebook page creation wizard. At the top, the Facebook logo and navigation icons are visible. Below the search bar, there are three steps: 'Étape 1 Photo du profil', 'Étape 2 Obtenez des fans' (which is highlighted), and 'Étape 3 Infos générales'. The main content area is titled 'Inviter des amis' and includes a sub-header 'Bâissez la popularité de votre Page en la suggérant aux amis qui pourraient l'aimer.' Below this is a button 'Invitez vos amis'. The next section is 'Publier votre Page' with the sub-header 'Faites découvrir votre nouvelle Page ! Importez votre liste de contacts et envoyez-leur un message.' This section contains a button 'Importer des contacts'. Below the buttons are two checkboxes: 'Partager cette Page sur mon mur. Inclure un message' and 'J'aime cette Page', both of which are checked. At the bottom, there are navigation links: 'Préc.' on the left and 'Ignorer' and 'Continuer' on the right.

facebook Recherche

Étape 1 Photo du profil

Étape 2 Obtenez des fans

Étape 3 Infos générales

Inviter des amis

Bâissez la popularité de votre Page en la suggérant aux amis qui pourraient l'aimer.

Invitez vos amis

Publier votre Page

Faites découvrir votre nouvelle Page ! Importez votre liste de contacts et envoyez-leur un message.

Importer des contacts

☒ Partager cette Page sur mon mur. Inclure un message

☒ J'aime cette Page

Préc. Ignorer Continuer

4. Informations générales

The screenshot shows the Facebook interface for setting up a new page. At the top is the Facebook navigation bar with the logo, search bar, and user profile 'Claire'. Below this is a progress bar with three steps: 'Étape 1 Photo du profil', 'Étape 2 Obtenez des fans', and 'Étape 3 Infos générales' (which is the active step). The main content area is titled 'Ajoutez des informations de base pour que les personnes qui visitent votre Page puissent en savoir plus.' It contains a 'Site web' dropdown menu and a text area for 'À propos de' with a 255-character limit. At the bottom of the form are links for 'Préc.' and 'Ignorer', and a 'Continuer' button. The footer includes copyright information and various links like 'À propos de', 'Publicité', and 'Créer une page'.

facebook Recherche Claire Accueil

Étape 1 Photo du profil Étape 2 Obtenez des fans Étape 3 Infos générales

Ajoutez des informations de base pour que les personnes qui visitent votre Page puissent en savoir plus.

Site web : Site web

À propos de : Dites-en plus à propos de votre page. (255 caractères maximum)

Préc. Ignorer Continuer

Facebook © 2011 • Français (France) À propos de • Publicité • Créer une page • Développeurs • Emplois • Confidentialité • Conditions d'utilisation • Aide

Administration de la page

- Pas plus de 3 ou 4.
- Pour accéder aux paramètres: sur la page qui vient d'être créée, cliquez sur « **Modifier : Page** » (en haut à droite de la page), puis « **Gérer les administrateurs** », et ajouter le **nom** ou l'**adresse email** du nouvel administrateur que vous souhaitez ajouter.
- Profitez-en pour vérifier les paramètres de confidentialité. (qui publie du texte, des images, qu'est-ce qui apparaît sur le mur?...)

Attention à ne jamais supprimer tous les administrateurs!!

- Organiser les onglets (drag and drop)
- Créer une belle page d'accueil pour les plus courageux. (Cf. pagemodo)

Quelques conseils d'animation de la page

A. Quand vous écrivez sur Facebook, faites-le en tant que page.



B. Poser des questions (toujours plus de viralité).

C. Viralité du statut dans l'ordre d'importance:

1- Les images 2- Les textes 3- Les vidéos

D. Classer les photos dans des dossiers avec des titres claires



E. Identifier des personnes sur les photos(tagger) afin de faire partager l'image

F. Actualiser très régulièrement le contenu si vous espérez avoir une vraie activité en ligne

G. Inviter régulièrement les Fans à partager à leurs amis.

Attention les évènements peuvent être créés à partir d'un profil Facebook mais pas d'une page FAN.

Claire BARER - Web marketing Manager

AUJF - c.barer@aujf.org

Petits tours des autres réseaux sociaux: à chaque réseau, son utilité



Permet de diffuser des petites informations ou états d'âme (en 140 caractères).
N'est pas fait pour promouvoir du contenu et diffuser des liens.



Réseaux professionnels.
Idéal pour rechercher des compétences, où se faire un réseau professionnel



Réseaux de partage de photos. Elles peuvent ensuite être facilement diffusées sur Facebook.

Créer un petit site web

- <http://wordpress.com/>

Après avoir créé un compte, choisissez le nom de blog, laissez-vous guider.

- Choisissez un template, ajoutez les « widgets » (petites applications ex. lien vers Facebook, formulaire de contact en ligne, menu latéral...)

- Pour quelques euros par an, vous pourrez avoir une URL personnalisée type: <http://maformationaujf.com> (si le nom est disponible!!)





☐ J'accepte de recevoir les informations
provenant de l'Appel Unifié Juif de France et
de ses partenaires.

L'AUIF est l'organe de collecte du Fonds Social Juif Unifié reconnue d'utilité publique.
Nous nous engageons à ne pas communiquer plus de 2 fois/semaine.

Nous nous engageons à préserver la confidentialité de vos informations personnelles.
Celles-ci ne seront ni divulguées ni utilisées à d'autres fins que celles que pour lesquelles vous nous avez donné votre autorisation
expresse.

Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression des données qui vous concernent conformément aux articles
39 et suivants de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Contact: c.barer@aujf.org

Claire BARER - Web marketing Manager
AUJF - c.barer@aujf.org