



GUIDE DU BON USAGE DES

RÉSEAUX

Sociaux



SOMMAIRE

1. Introduction P2

- a. L'importance des réseaux sociaux p2
- b. Valoriser ses projets et événements p2

2. Facebook P3

- a. Cibles & objectifs p3
- b. Publier du contenu p4
- c. Bonnes pratiques p7

3. Instagram P8

- a. Cibles & objectifs p8
- b. Publications, stories et reels p9
- c. Bonnes pratiques p11

4. LinkedIn P12

- a. Cibles & objectifs p12
- b. Communication professionnelle p13

5. TikTok P16

- a. Cibles & objectifs p16
- b. Contenus vidéos et tendances p17
- c. Bonnes pratiques p20

6. Canva P21

- a. Présentation de l'outil p21
- b. Fonctionnalités essentielles p22

1. INTRODUCTION

a. L'importance des réseaux sociaux

Aujourd'hui, les réseaux sociaux occupent une place essentielle dans la communication des entreprises, associations et organisations. Ils permettent de partager des informations rapidement, de toucher un large public et de créer un lien direct avec une communauté.

Grâce à une communication digitale régulière, il est possible de développer sa visibilité, renforcer son image et valoriser ses actions au quotidien. Les réseaux sociaux sont devenus de véritables outils de communication permettant d'informer, d'échanger et de créer de l'engagement autour d'une structure ou d'un projet.

Chaque plateforme possède ses propres codes, son fonctionnement et son public. Il est donc important d'adapter les contenus publiés afin de proposer une communication claire, cohérente et attractive. Une présence active sur les réseaux sociaux permet également de moderniser son image et de maintenir une relation de proximité avec sa communauté.

Aujourd'hui, les utilisateurs recherchent des contenus authentiques, dynamiques et visuels. Publier régulièrement du contenu pertinent permet ainsi de renforcer sa notoriété et de développer une communication plus efficace.

b. Valoriser ses projets et événements

Les réseaux sociaux permettent de mettre en avant les projets réalisés, les événements organisés ainsi que les différentes actions menées tout au long de l'année. Ils offrent la possibilité de partager les temps forts, valoriser le travail accompli et donner davantage de visibilité aux initiatives mises en place.

La publication de photos, vidéos, stories ou reels permet de montrer les coulisses, les moments importants et les réussites d'une structure. Cette communication contribue à créer de l'engagement et à maintenir un lien régulier avec la communauté.

Les réseaux sociaux représentent également un excellent moyen de promouvoir un événement avant, pendant et après sa réalisation. Ils permettent d'informer le public, partager des actualités en direct et mettre en valeur les participants, équipes ou partenaires impliqués dans les projets.

Mettre en avant ses actions à travers une communication visuelle et dynamique contribue à développer une image moderne, professionnelle et attractive.



facebook

3,07 Mds

RÉSEAU SOCIAL COMMUNAUTAIRE

Facebook est une plateforme permettant de partager des contenus, d'échanger et de créer du lien au sein d'une communauté.

Moyenne d'âge

32 ans

a. Cibles & objectifs

Cibles

01

PARENTS DES LICENCIÉS

Informés sur la vie du club, les compétitions, les activités et les informations importantes concernant leurs enfants.

02

OFFICIELS ET JUGES

Informés des réunions, des besoins en officiels, des compétitions et de la vie fédérale.

03

COLLECTIVITÉS ET COMMUNES

Acteurs institutionnels à informer et impliquer dans la vie du club et ses événements.

04

PARTENAIRES

Entreprises et acteurs locaux soutenant le club et à qui valoriser les actions menées.

05

BÉNÉVOLES DU CLUB

Acteurs essentiels à mobiliser, remercier et tenir informés de la vie du club.

a. Cibles & objectifs

Objectifs

01



INFORMER

les familles
et licenciés

Partager les informations
essentielle horaires,
annonces, rappels.

02



COMMUNIQUER

les actualités
du club

Informer sur la vie du club,
les projets, les initiatives
et les temps forts.

03



RELAYER

les compétitions
et événements

Annoncer les compétitions,
stages, événements et
résultats passés.

b. Publier du contenu

Quoi ?

- Informations sur les compétitions : horaires, lieux et programme
- Annonces importantes concernant la vie et l'organisation du club
- Rappels utiles : inscriptions, documents à fournir et dates importantes
- Présentation des projets, événements et activités organisés par le club
- Annonce des compétitions, stages et regroupements à venir
- Résultats, performances et réussites des nageurs en compétition
- Photos et moments de vie du club avec autorisation de diffusion

VOIR PAGE 10 POUR ASSOCIER MON COMPTE INSTAGRAM

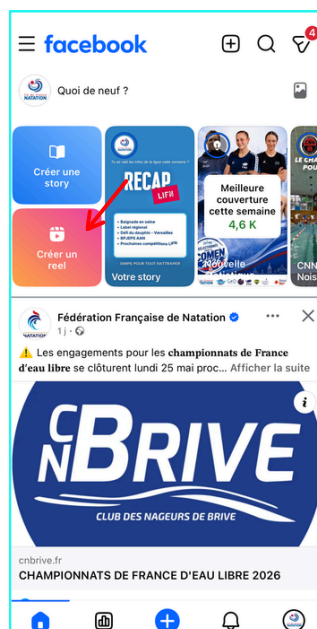
b. Publier du contenu

Comment ?

Publier une story.

ÉTAPE 1 : Accéder à la création de story

Lorsque vous arrivez sur Facebook, allez dans l'onglet Accueil situé en bas à gauche de l'écran. En haut de la page, l'option « Créer une story » apparaît : cliquez dessus.

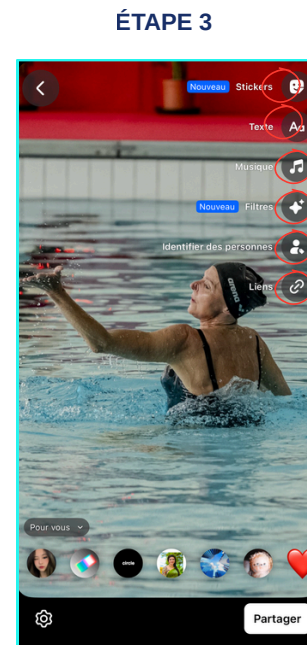
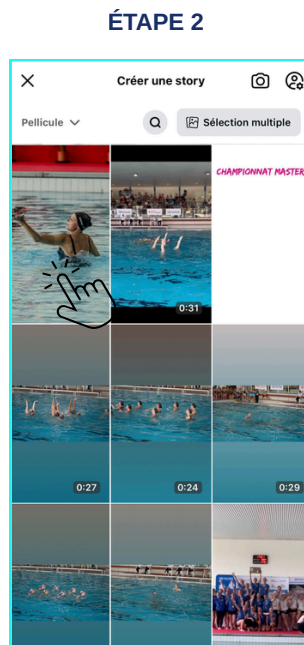


ÉTAPE 2 : Choisir une photo ou une vidéo

Vous arrivez ensuite dans votre galerie de photos. Sélectionnez simplement la photo ou la vidéo que vous souhaitez publier dans votre story.

ÉTAPE 3 : Personnaliser la story

Une fois la photo ou la vidéo sélectionnée, plusieurs icônes apparaissent sur la droite de l'écran afin de personnaliser votre story.



ICÔNE

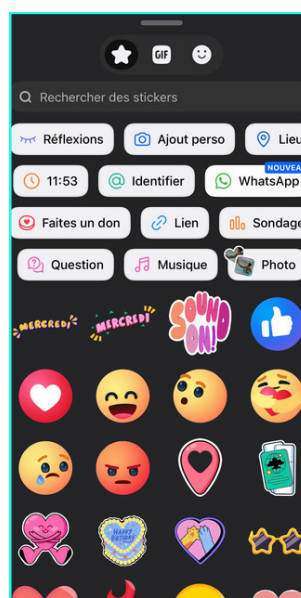
1. Icône Stickers

Cette icône permet d'ajouter différents éléments à la story :

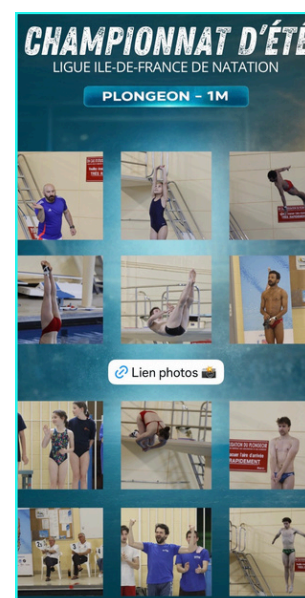
- un lieu
- l'heure
- un lien
- un sondage
- de la musique
- des stickers

Par exemple, il est possible d'ajouter un lien vers les photos d'une compétition réalisées par un photographe.

Icône Stickers



Exemple lien



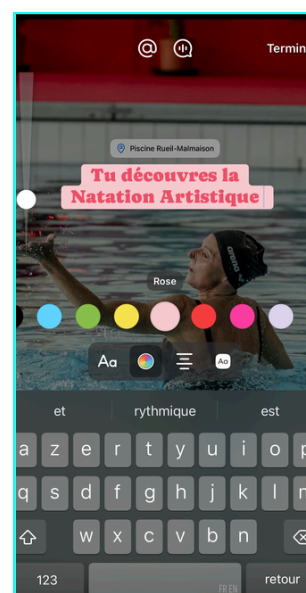
Icône texte

2. Icône texte

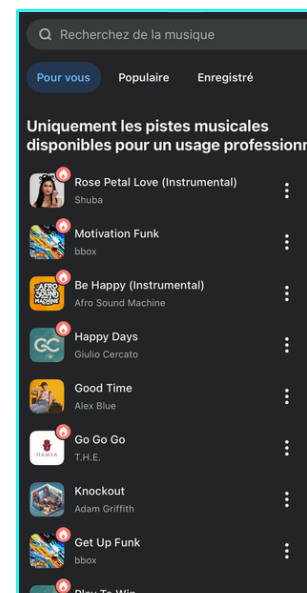
Cette option permet d'écrire du texte sur la story. Vous pouvez modifier la police, la taille ou encore la couleur du texte.

3. Icône musique

Cette option permet d'ajouter la musique de votre choix à la story.



Icône musique



4. Icône filtres

Cette option permet d'ajouter des filtres ou des effets visuels à la photo ou à la vidéo.

5. Icône identification

Cette option permet d'identifier des personnes, des clubs, des communes ou toute autre page en lien avec la story publiée.

Par exemple, si une compétition se déroule à Corbeil-Essonnes et que vous publiez le programme de la journée, vous pouvez identifier :

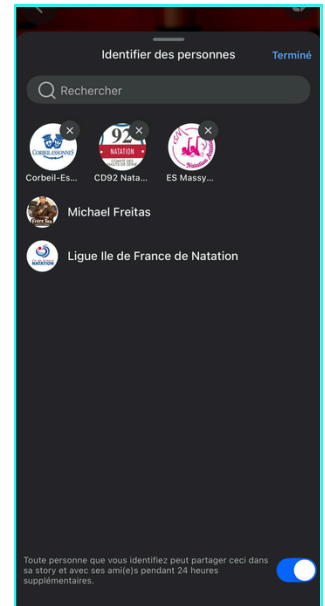
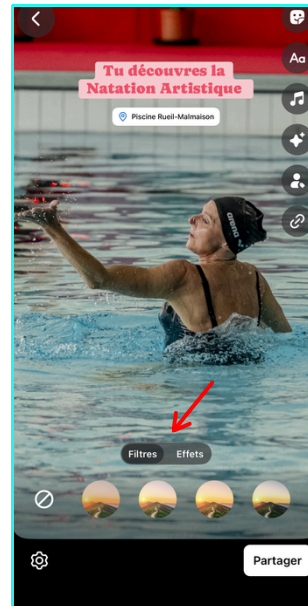
- la ville de Corbeil - Essonnes
- les départements de l'Essonne
- les clubs présents lors de la compétition

ÉTAPE 4 : Publier la story

Une fois la story terminée et personnalisée, appuyez sur « Partager » afin de la publier sur Facebook.



L'identification est importante car les pages ou les personnes identifiées peuvent repartager la story sur leur propre compte. Cela permet d'augmenter la visibilité de la publication et de toucher des personnes qui ne suivent pas forcément votre compte, mais qui suivent par exemple la ville ou un club identifié.

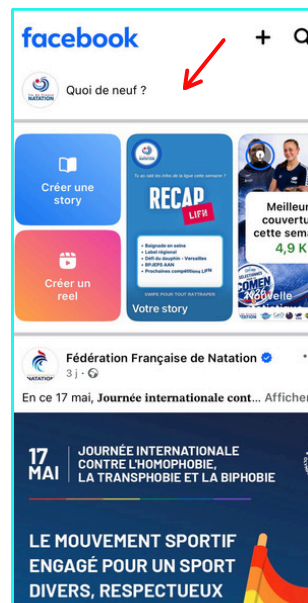


ÉTAPE 1

Publier une publication

ÉTAPE 1 : Accéder à la création d'une publication

Depuis la page d'accueil Facebook, cliquez sur « Quoi de neuf ? » en haut de l'écran



ÉTAPE 2 : Ajouter le contenu

Vous pouvez ensuite :

- écrire un texte
- ajouter une photo ou une vidéo
- ajouter plusieurs photos

Par exemple, vous pouvez publier l'affiche d'une compétition, les résultats d'un week-end ou l'annonce d'un stage.

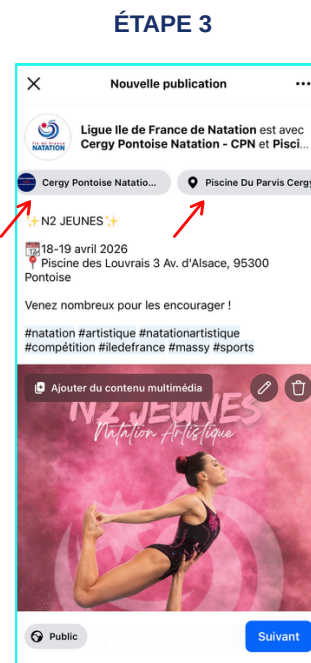
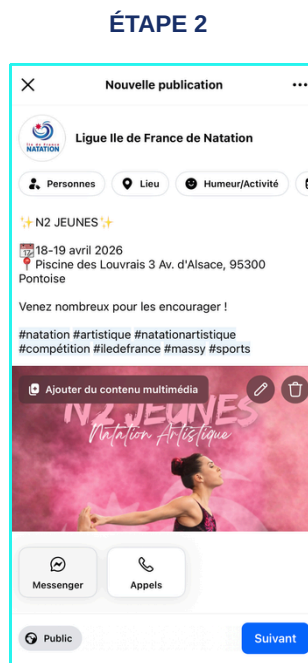
ÉTAPE 3 : Personnaliser la publication

Plusieurs options permettent de compléter la publication :

- identifier des personnes ou des clubs
- ajouter une localisation
- ajouter des hashtags

ÉTAPE 4 : Publier la publication

Une fois la publication terminée, appuyez sur « Publier » afin de la partager sur la page Facebook.



Les hashtags permettent de classer la publication dans un thème et d'augmenter sa visibilité auprès des personnes intéressées par ce sujet.

Il est conseillé d'utiliser des hashtags simples, clairs et en lien direct avec la publication.

#Natation #Compétition #LIFN
#Essonne #Natation Course

c. Bonnes pratiques



PUBLIER RÉGULIÈREMENT
pour garder une page active.



DES PUBLICATIONS CLAIRES ET ATTRACTIVES
privilégier des textes courts et ajouter des photos ou vidéos.



IDENTIFIER ET UTILISER DES HASHTAGS
identifier les clubs, villes ou partenaires et ajouter quelques hashtags en lien avec la publication pour augmenter sa visibilité.



INTERAGIR AVEC LA COMMUNAUTÉ
répondre aux commentaires et messages lorsque cela est possible.

HORAIRES CONSEILLÉS



EN FIN DE JOURNÉE
Les publications fonctionnent mieux en fin de journée.



ENTRE 18H ET 21H
C'est la plage horaire où l'engagement est le plus élevé.



LE MERCREDI ET LE WEEK-END
Idéal pour les contenus liés aux compétitions.



Instagram

PARTAGE D'IMAGES ET DE VIDÉOS

Instagram est une plateforme permettant de partager des photos et des vidéos courtes, de valoriser une image plus visuelle et accessible et de créer du lien avec une communauté autour de contenus attractifs.

33 M

Moyenne d'âge

32 ans

a. Cibles & objectifs

Cibles

01

LICENCIÉS

Informés sur la vie du club, les compétitions, les activités et les actualités importantes.

02

ANCIENS NAGEURS / SPORTIFS

Restez connectés au club, revivez les temps forts et suivez les performances des nouvelles générations.

03

PUBLIC DES CLUBS

Personnes intéressées par la natation, à la recherche d'un club, d'activités ou d'informations pratiques.

04

PARENTS DES LICENCIÉS

Informés sur la vie du club, les compétitions, les activités et les informations importantes concernant leurs enfants.

05

PARTENAIRES ET SPONSORS

Acteurs clés soutenant le club et souhaitant suivre ses projets, ses réussites et sa visibilité.

a. Cibles & objectifs

Objectifs

01



FIDÉLISER

la communauté
du club

Partager régulièrement les actualités et les temps forts pour maintenir un lien.

02



VALORISER

les licenciés
et le club

Mettre en avant les équipes, les bénévoles, les performances et la vie du club.

03



ATTIRER

de nouveaux
publics

Développer la visibilité du club et susciter l'intérêt de futurs licenciés.

b. Publier du contenu

Quoi ?

Instagram reprend les mêmes contenus que Facebook.

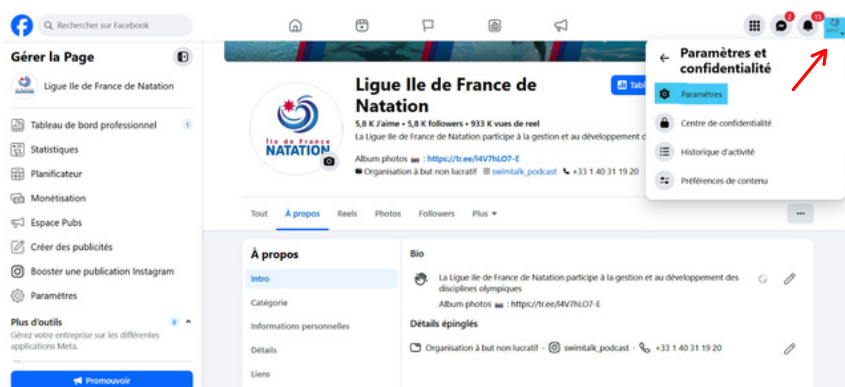
VOIR PAGE 5 POUR LE DÉTAIL DES CONTENUS À PUBLIER.

Associer Instagram à Facebook

Une fois les comptes associés, les publications, stories et reels publiés sur Instagram peuvent être automatiquement partagés sur Facebook. Cette synchronisation permet de gagner du temps, d'assurer une communication cohérente sur les deux réseaux et d'éviter la double publication. Le club n'a alors qu'à publier son contenu sur Instagram pour qu'il soit diffusé simultanément sur Facebook, sans manipulation supplémentaire.

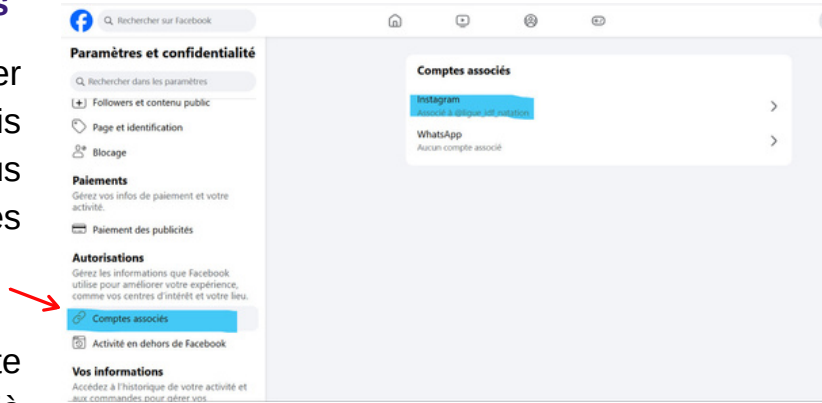
ÉTAPE 1 : Accéder aux paramètres

Depuis la page Facebook du club, cliquez sur votre photo de profil en haut à droite puis sur Paramètres et confidentialité. Sélectionnez ensuite Paramètres afin d'accéder à l'ensemble des options de gestion de la page.



ÉTAPE 2 : Ouvrir les comptes associés

Dans le menu situé à gauche, faites défiler jusqu'à la rubrique **Autorisations** puis cliquez sur **Comptes associés**. Vous pouvez alors visualiser les comptes reliés à votre page Facebook.

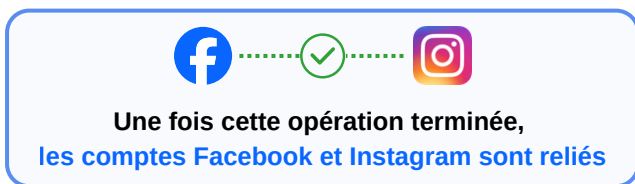


Dans l'exemple ci-dessous, le compte Instagram @ligue_idf_natation est déjà associé à la page Facebook.

ÉTAPE 3 : Connecter un compte Instagram

Si aucun compte Instagram n'est associé :

1. Cliquez sur Instagram.
2. Sélectionnez Connecter un compte.
3. Connectez-vous avec les identifiants Instagram du club.
4. Validez l'association entre les deux comptes.



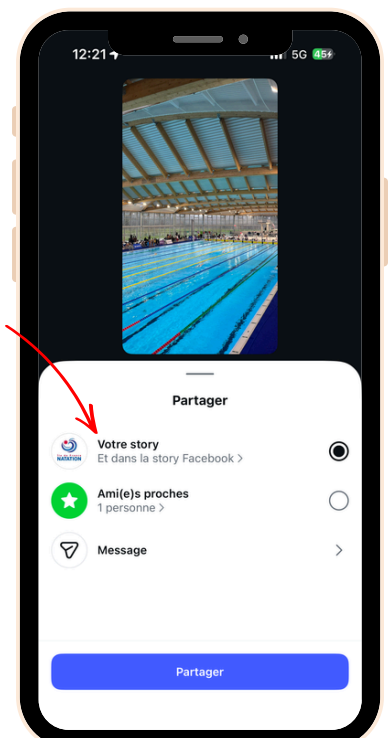
ÉTAPE 4 : Publier une story sur Instagram et Facebook

À partir du compte Instagram :

1. Appuyez sur votre photo de profil ou sur le bouton "+", puis sélectionnez Story. Sélectionnez **Connecter un compte**.
2. Prenez une photo, filmez une vidéo ou sélectionnez un contenu depuis votre galerie.
3. Avant de publier, vérifiez que l'option « Partager également sur Facebook » est activée

La story est publiée automatiquement sur Instagram et Facebook, sans avoir besoin de la republier manuellement.

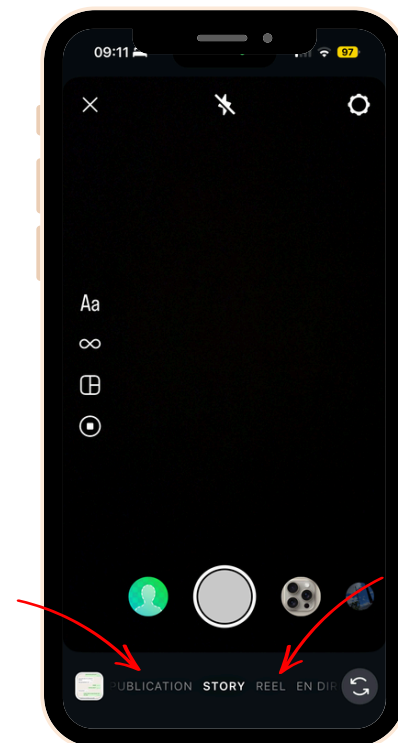
Pour ajouter des mentions, cliquez sur votre story une fois qu'elle est postée et appuyez sur "mentions". Ensuite, vous pourrez mentionner des clubs, nageurs ou organismes à partir de leur identifiant Instagram.



Publier un autre type de contenu

Pour publier un autre type de contenu (publication, Reel, Live, etc.), rendez-vous au même endroit que pour créer une story. Ensuite, faites glisser l'écran vers la gauche ou vers la droite afin de sélectionner le format souhaité. Une fois le type de contenu choisi, il ne vous reste plus qu'à ajouter vos photos ou vidéos, personnaliser votre publication puis la partager.

Pour personnaliser le type de contenu, c'est le même fonctionnement que sur Facebook (page 5).



c. Bonnes pratiques



PUBLIER RÉGULIÈREMENT (2 À 4 FOIS/SEMAINE)

Une publication régulière permet de garder une page active et de maintenir le lien avec votre communauté.



PRIVILÉGIER DES PHOTOS DE QUALITÉ

Utilisez des photos nettes, lumineuses et bien cadrées afin de valoriser les activités et les événements du club.



IDENTIFIER LES NAGEURS, CLUBS, PARTENAIRES

Les comptes identifiés peuvent repartager votre contenu, ce qui permet d'augmenter sa visibilité.



RÉPONDRE AUX COMMENTAIRES ET MESSAGES

Interagir avec votre communauté renforce la proximité avec les licenciés, les familles et les partenaires.



ALTERNER PUBLICATIONS, STORIES ET REELS

Variez les formats pour rendre votre communication plus dynamique et toucher un public plus large.



UTILISER QUELQUES HASHTAGS PERTINENTS

Ajoutez 5 à 10 hashtags en lien avec votre publication pour améliorer sa portée (ex. : #Natation #Compétition #LigueIDFNatation).

HORAIRES CONSEILLÉS



EN COMPÉTITION

Publiez rapidement les meilleurs moments pour profiter de l'engagement.



ENTRE 18H ET 21H

C'est la plage horaire où l'engagement est le plus élevé.



LE MERCREDI ET LE WEEK-END

Idéal pour les contenus liés aux compétitions.



LinkedIn

RÉSEAU SOCIAL PROFESSIONNEL

21 M

Moyenne d'âge

40 ans

LinkedIn est une plateforme dédiée au développement professionnel, permettant de valoriser son parcours, de partager son expertise, d'élargir son réseau et de créer des opportunités de carrière grâce à des échanges et des contenus à forte valeur ajoutée.

a. Cibles & objectifs

Cibles

01

FUTURS LICENCIÉS

Promouvoir les activités du club, les dispositifs d'apprentissage et attirer de nouveaux adhérents.

02

FAMILLES & LICENCIÉS

Informar sur les réinscriptions, la vie du club et les informations importantes de la saison.

03

RECRUES

Diffuser les offres d'emploi, de stage ou d'alternance et attirer de nouveaux collaborateurs.

04

PARTENAIRES & ENTREPRISES

Valoriser les partenariats et développer de nouvelles collaborations pour accompagner le développement du club.

05

COMMUNAUTÉ SPORTIVE

Mettre en avant les résultats marquants (podiums, classements finaux aux championnats), les projets du club et renforcer sa notoriété.

a. Cibles & objectifs

Objectifs

01



DÉVELOPPER

des partenariats et attirer des sponsors

Mettre en avant les projets, les performances et les valeurs du club afin d'attirer des partenaires, des sponsors et des entreprises locales.

02



RENFORCER

la notoriété et la crédibilité du club

Valoriser les équipes, les résultats et les actions du club pour renforcer son image auprès des institutions et des partenaires.

03



RECRUTER

et développer son réseau

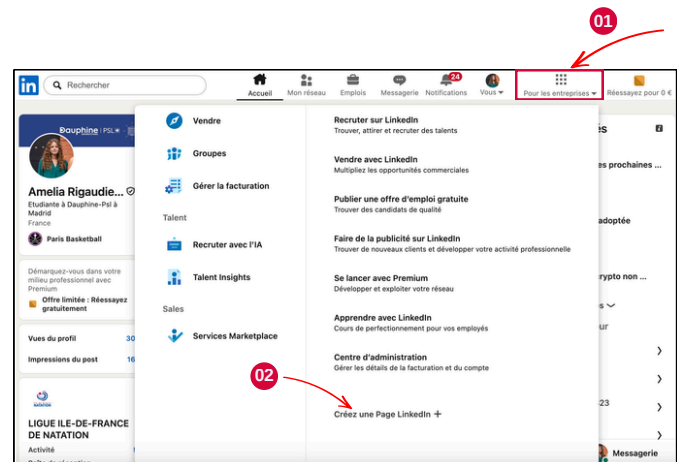
Partager les offres d'emploi, de stage ou de bénévolat et créer des liens avec les acteurs du monde sportif.

b. Publier du contenu

Créer une page Club

Afin de développer sa visibilité auprès des partenaires, des institutions et des futurs collaborateurs, le club peut créer une page LinkedIn. Cette dernière permet de partager des actualités, de valoriser ses actions et de renforcer son image professionnelle. La création d'une page est simple et s'effectue à partir d'un compte LinkedIn personnel en suivant les étapes ci-dessous :

1. Créer ou se connecter à un **compte LinkedIn personnel**, qui servira à administrer la page du club.
2. Cliquer sur « **Créer une page LinkedIn** » puis sélectionner le type « **Entreprise** ».
3. Renseigner les informations principales du club : nom, logo, secteur d'activité, site internet (si disponible) et coordonnées.
4. Ajouter une **bannière** et un **slogan** afin de renforcer l'identité visuelle du club.



04

Nom*

LinkedIn.com/compagnie*

Site web

Secteur*

Taille de l'organisation*

Type d'organisation*

Logo

Charger un fichier

300 x 300 px recommandé. Formats JPEG, PNG et PSD pris en charge.

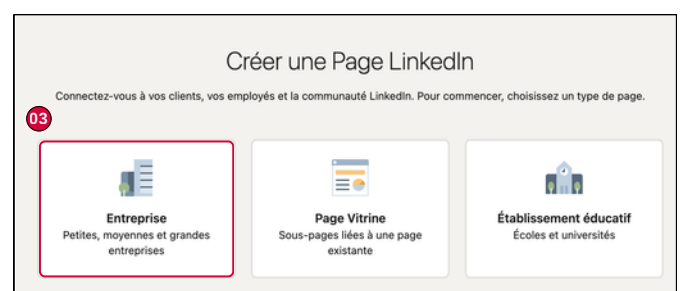
Slogan

Aperçu de la page

Nom de l'entreprise

Slogan

+ Suivre



Une fois votre page créée, vous accédez à une interface composée de plusieurs volets vous permettant de personnaliser votre page, d'ajouter des informations sur le club et de gérer vos publications.

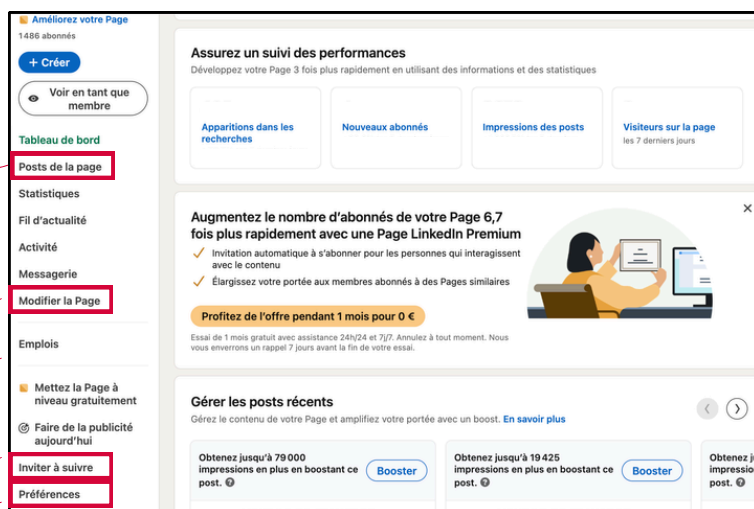
Permet de visualiser tous les posts de la page.

L'onglet « **Modifier la page** » vous permet de modifier le **nom**, le **slogan**, le **logo** ou la **bannière**. Dans la rubrique « **Détails** », vous pouvez compléter la description de la page.

Gérer et modifier les offres d'emploi.

Invitez vos nageurs, vos représentants, vos partenaires et les entreprises de votre réseau à suivre votre page.

Permet de gérer les autorisations de vos administrateurs et d'inviter d'autres usagers à modifier la page.



b. Publier du contenu

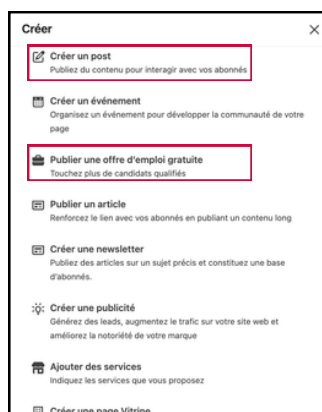
Quoi ?

- Valorisation des performances des nageurs et des équipes
- Mise en avant des entraîneurs, bénévoles et partenaires du club
- Présentation des projets et des actions menées par le club
- Annonce des partenariats, collaborations et nouveaux sponsors
- Partage des événements marquants, compétitions et résultats
- Diffusion des offres de recrutement, de stage ou de bénévolat
- Actualités du club et temps forts de la saison

b. Publier du contenu

Comment ?

Pour publier du contenu, rendez-vous sur le **tableau de bord** de votre page LinkedIn, puis cliquez sur « **Créer** ». Cet espace permet de publier des posts, des événements, des offres d'emploi, des newsletters, ... Dans le cadre d'un club de natation, les formats les plus pertinents sont les **publications**, et les **offres d'emploi**.



Créer une publication

ÉTAPE 1 : ACCÉDER À L'ESPACE DE CRÉATION

Depuis le tableau de bord de votre page, cliquez sur « Créer », puis sélectionnez « Créer un post » afin d'accéder à l'espace de rédaction.



ÉTAPE 2 : RÉDIGER VOTRE PUBLICATION

Saisissez le texte de votre publication. Pour connaître les différents types de contenus à partager, reportez-vous à la page 15 de ce guide.

ÉTAPE 3 : PERSONNALISER VOTRE PUBLICATION

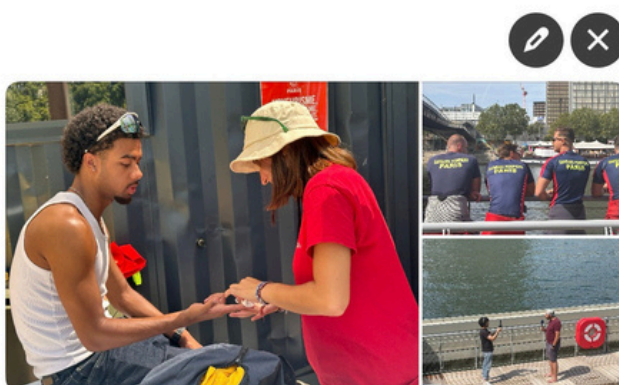
Complétez votre publication en ajoutant, si besoin, des images, un événement, un sondage ou un document PDF qui sera affiché sous forme de carrousel. Vous pouvez également identifier des personnes ou des organisations afin d'augmenter la visibilité de votre publication.

ÉTAPE 4 : PUBLIER

Relisez votre publication, puis cliquez sur « Publier » pour la partager avec votre communauté.



Baignades en Seine :





TikTok

1,59 Mds

Moyenne d'âge

25 ans

CRÉATION DE VIDÉOS VIRALES ET ENGAGEANTES

TikTok est une plateforme de vidéos courtes permettant de diffuser des contenus dynamiques, authentiques et créatifs, de toucher rapidement un large public grâce à son algorithme de recommandation et de renforcer l'engagement d'une communauté à travers des formats interactifs et tendance.

Moyenne d'âge

a. Cibles & objectifs

Cibles

01

JEUNES LICENCIÉS (12-25 ANS)

Suivent la vie du club, les entraînements, les compétitions, les défis et les coulisses à travers des vidéos courtes et dynamiques.

02

POTENTIELS NOUVEAUX LICENCIÉS

Découvrent les disciplines proposées, l'ambiance du club et les activités afin de donner envie de rejoindre le club.

03

PASSIONNÉS DE SPORT ET DE NATATION

S'intéressent aux performances, aux conseils, aux techniques de nage, aux records et aux temps forts des compétitions.

04

ANCIENS NAGEURS

Restent connectés au club, revivent les meilleurs moments et suivent l'évolution des nouvelles générations de nageurs.

a. Cibles & objectifs

Objectifs

01



DÉVELOPPER

la notoriété
du club

Faire connaître le club auprès d'un public plus large grâce à des vidéos courtes, créatives et engageantes mettant en avant les activités, les événements et les performances.

02



ATTIRER

de nouveaux
licenciés

Valoriser les disciplines, les entraînements, l'ambiance du club et les valeurs véhiculées afin de susciter l'envie de rejoindre le club.

03



RENFORCER

de nouveaux
publics

Fidéliser les licenciés et créer une communauté active en partageant les coulisses, les défis, les moments forts des compétitions et les réussites des nageurs.

b. Publier du contenu

Quoi ?

Les contenus publiés permettront de montrer les différentes facettes de la vie du club : les coulisses des compétitions et des déplacements, les entraînements et la progression des nageurs, ainsi que leurs performances et résultats. Des portraits et interviews courtes mettront également en avant les nageurs, entraîneurs et bénévoles. Enfin, des contenus plus dynamiques, comme des défis, des trends adaptées à la natation ou des moments conviviaux, permettront de faire découvrir l'ambiance du club et les différentes disciplines proposées.

b. Publier du contenu

Comment ?

Pour publier du contenu, ouvrez l'application TikTok, puis **cliquez sur le bouton « + »** situé en bas de l'écran. Cet espace permet de publier des vidéos, des photos ou encore des stories. Dans le cadre d'un club de natation, les formats les plus pertinents sont les **vidéos courtes** et **dynamiques**, les **coulisses**, les **moments forts** des entraînements et compétitions, ainsi que les **contenus tendances** adaptés à l'univers de la natation.



ÉTAPE 1 : ACCÉDER À L'ESPACE DE CRÉATION

Depuis l'accueil TikTok, cliquez sur le bouton « + » situé en bas de l'écran. Vous pouvez alors filmer directement une vidéo avec votre téléphone ou importer des photos et vidéos déjà présentes dans votre galerie.

ÉTAPE 2 : FILMER ET RÉGLER VOTRE VIDÉO

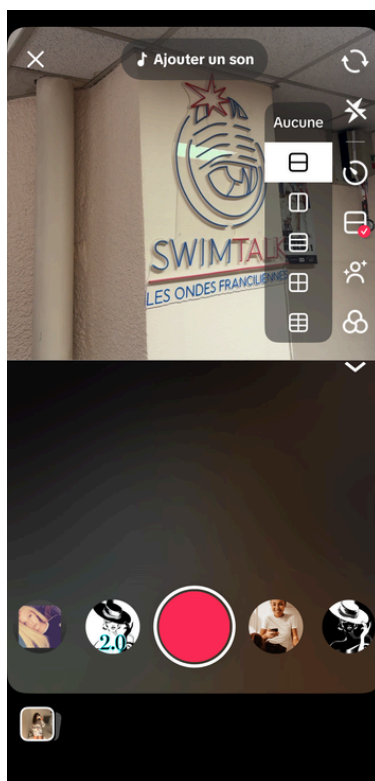
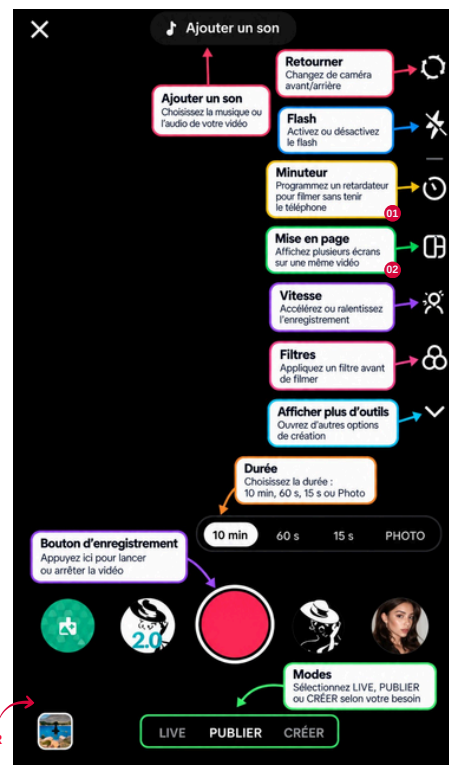
Avant ou pendant l'enregistrement, plusieurs outils permettent de personnaliser la prise de vue. Vous pouvez retourner la caméra, modifier la vitesse, choisir la durée de la vidéo, utiliser le minuteur, le flash ou encore le zoom. Il est également possible d'ajouter un son, d'utiliser des filtres ou des effets avant de filmer. Appuyez sur le bouton rouge pour commencer et arrêter l'enregistrement.

01

Choisissez un retardateur de 3 ou 10 secondes afin de lancer automatiquement l'enregistrement après le décompte.

02

Choisissez une mise en page afin d'afficher plusieurs vidéos ou prises de vue simultanément sur le même écran, selon la disposition souhaitée.

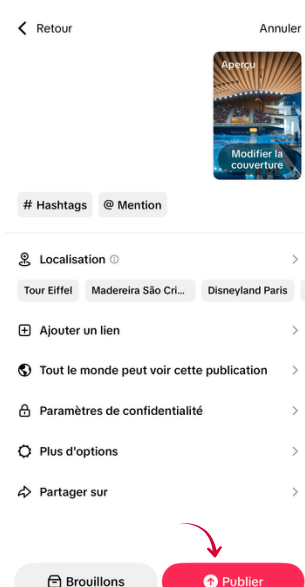
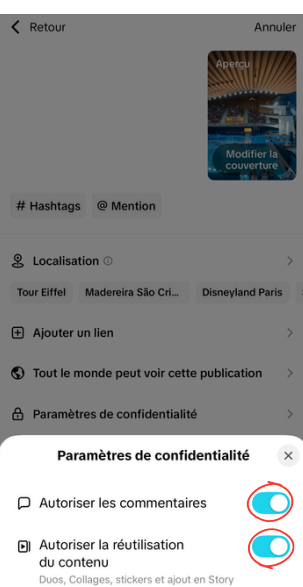
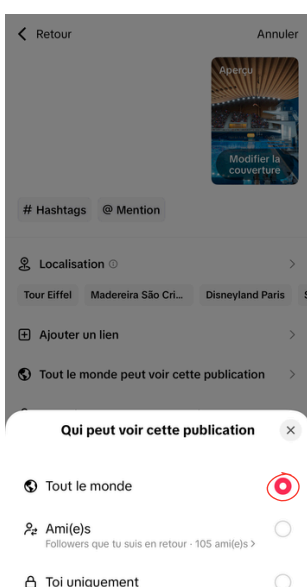
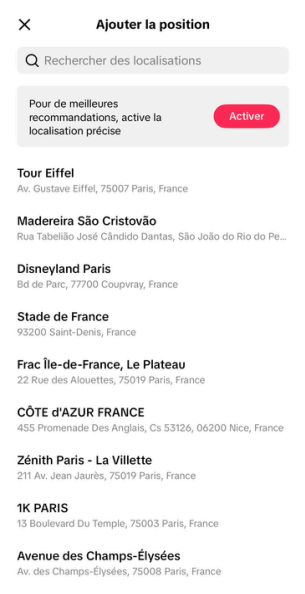
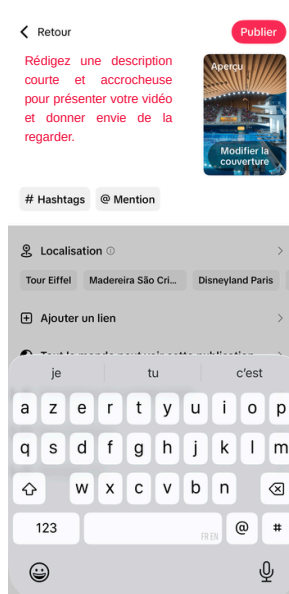
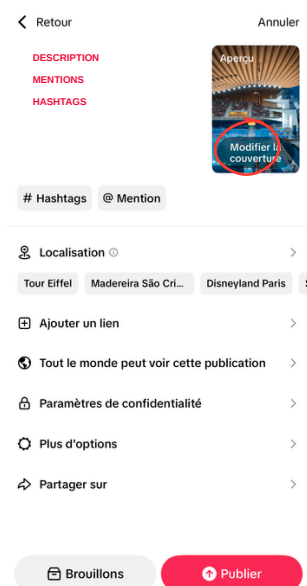


ÉTAPE 3 : MONTER ET PERSONNALISER VOTRE VIDÉO

Une fois la vidéo enregistrée, vous accédez à l'espace de montage. Vous pouvez couper ou réorganiser les séquences, ajuster leur vitesse, modifier le son, ajouter une musique, une voix off, du texte, des sous-titres, des stickers, des filtres ou différents effets. Ces outils permettent de rendre la vidéo plus dynamique et adaptée aux codes de TikTok.

ÉTAPE 4 : PRÉPARER VOTRE PUBLICATION

Avant de publier votre vidéo, ajoutez une description, des hashtags pertinents et, si besoin, identifiez des comptes avec les mentions. Vous pouvez également choisir la couverture de la vidéo et régler les options de confidentialité : visibilité, commentaires, Duo ou Collage.



c. Bonnes pratiques



PUBLIER RÉGULIÈREMENT (2 À 4 FOIS/SEMAINE)

Adoptez un rythme régulier pour maintenir l'intérêt de votre communauté et faire vivre le club.



CAPTER L'ATTENTION DÈS LES PREMIÈRES SECONDES

Commencez par une action, un moment fort ou une phrase accrocheuse pour donner envie de regarder la suite.



PRIVILÉGIER LE FORMAT VERTICAL ET DYNAMIQUE

Filmez en 9:16, avec une bonne luminosité, et alternez les plans pour dynamiser vos vidéos.



UTILISER LES TENDANCES ET LES SONS POPULAIRES

Adaptez les challenges, musiques autorisées et tendances TikTok à l'univers de la natation.



MONTREZ LES COULISSES ET LA VIE DU CLUB

Valorisez les entraînements, les nageurs et les moments conviviaux pour créer de la proximité.



UTILISER QUELQUES HASHTAGS PERTINENTS

Ajoutez 3 à 5 hashtags en lien avec votre publication pour améliorer sa portée.

HORAIRES CONSEILLÉS



EN COMPÉTITION

Publiez rapidement les meilleurs moments pour profiter de l'engagement.



ENTRE 18H ET 21H

C'est la plage horaire où l'engagement est souvent le plus élevé.



ADAPTER SELON LES STATISTIQUES

Consultez Tik Tok Studio pour identifier les horaires les plus performants.



Canva

265 M

Moyenne d'âge
30 ans

OUTILS DE CRÉATION GRAPHIQUE

Canva est un outil de création graphique en ligne permettant de réaliser facilement des visuels, des vidéos et des supports de communication professionnels, sans compétences particulières en graphisme.

a. Présentation de l'outil

Canva est un outil de création graphique accessible sur ordinateur, tablette et smartphone. Grâce à son interface intuitive et à ses nombreux modèles personnalisables, il permet de créer facilement des publications pour les réseaux sociaux, des affiches, des flyers, des présentations ou encore des vidéos.

Les utilisateurs peuvent partir d'un modèle ou créer un visuel de zéro en ajoutant du texte, des photos, des illustrations et des animations. Canva propose également des outils de retouche photo, de montage vidéo et d'intelligence artificielle pour faciliter la création. Dans le cadre d'un club de natation, Canva permet de réaliser des affiches de compétitions, des annonces de résultats ou des portraits de nageurs. L'objectif est de gagner du temps tout en créant des supports attractifs et professionnels, grâce à une identité visuelle cohérente (logo, couleurs et typographies). Les créations peuvent également être partagées pour faciliter le travail en équipe.

Les visuels peuvent être téléchargés sous différents formats (PNG, JPG, PDF, MP4) et certaines publications programmées directement depuis l'outil. Canva propose une version gratuite, ainsi que des formules payantes donnant accès à davantage de modèles et de fonctionnalités avancées.

b. Publier du contenu

Quoi ?

- Compétitions : affiches, programmes, annonces et rappels des événements à venir.
- Résultats sportifs : classements, podiums, records personnels et performances des nageurs.
- Vie du club : annonces des événements, journées portes ouvertes et moments conviviaux.
- Portraits : présentation des nageurs, entraîneurs, bénévoles et nouveaux membres.
- Informations pratiques : horaires d'entraînement, inscriptions, et tarifs.
- Recrutement : offres d'emploi, recherches de bénévoles et inscriptions.

b. Publier du contenu

Comment ?

Canva propose une formation gratuite et détaillée pour apprendre à maîtriser l'outil et créer des contenus adaptés aux réseaux sociaux. Ce guide vous orientera vers cette formation afin de vous accompagner pas à pas. Dans un premier temps, il est nécessaire de créer un compte Canva.

ÉTAPE 1 : CRÉER UN COMPTE CANVA

Accéder au site Canva

Rendez-vous sur www.canva.com, puis cliquez sur « S'inscrire » en haut à droite de la page.

Choisir une méthode d'inscription

Inscrivez-vous avec votre adresse e-mail ou utilisez un compte Google, Facebook ou Apple.

Finaliser l'inscription

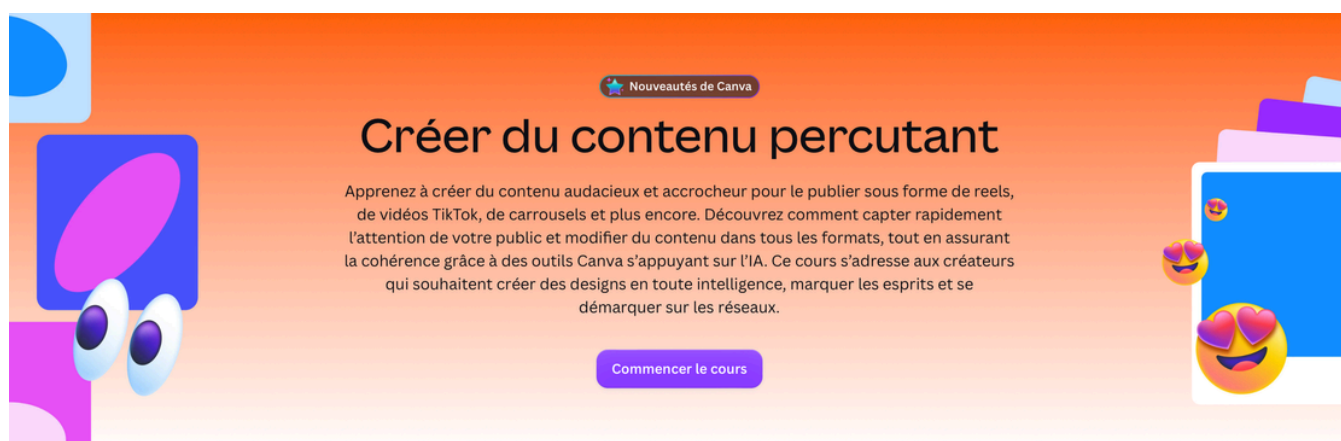
Si vous choisissez l'inscription par e-mail, renseignez votre adresse, choisissez un nom de compte et saisissez le code de vérification reçu par e-mail.

Accéder à votre espace de création

Une fois votre compte créé, vous accédez à la page d'accueil de Canva et pouvez commencer à réaliser vos premiers visuels.

ÉTAPE 2 : ACCÉDER À LA FORMATION CANVA

Une fois votre compte créé, cliquez sur « Plus », en bas à gauche de la page d'accueil de Canva, puis sélectionnez « Design School » et rendez-vous dans la rubrique « Cours ». Recherchez la formation « Créer du contenu percutant », puis cliquez sur « Commencer le cours ». Cette formation gratuite, composée de 9 leçons en français pour une durée totale de 53 minutes, vous permettra d'apprendre à créer des contenus attractifs et adaptés aux réseaux sociaux. Certaines fonctionnalités présentées dans la formation peuvent nécessiter un abonnement payant.



AU PROGRAMME DE LA FORMATION

9 Leçons 53 Minutes Français

Les différentes leçons proposées par Canva :  Design school Canva

1. Découvrir la formation et les outils Canva
2. Créer des stories Instagram qui se démarquent
3. Créer des TikToks tendance
4. Créer des carrousels captivants
5. Monter facilement des vidéos avec l'IA
6. Adapter ses contenus aux différents réseaux sociaux
7. Planifier ses contenus avec Canva Sheets
8. Découvrir les astuces visuelles pour les vidéos
9. Terminer la formation et accéder à la certification



Une certification Canva est proposée à l'issue d'un test.

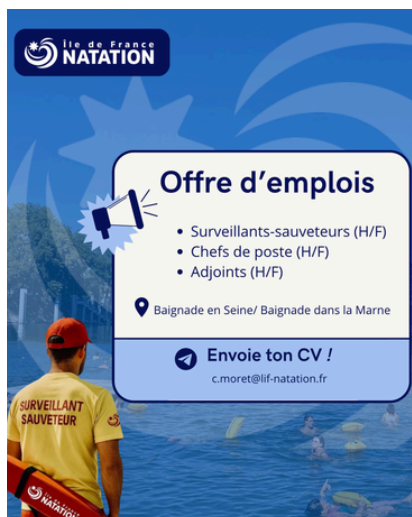
[ACCÉDER À LA FORMATION](#)



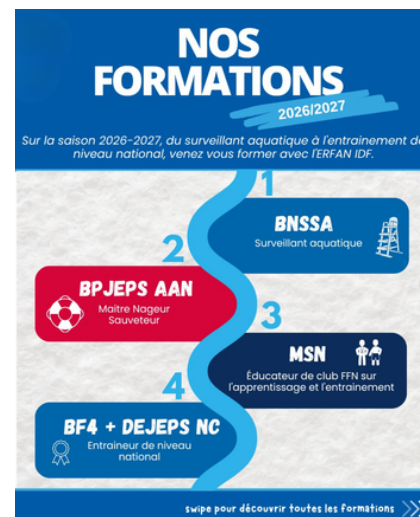
Découvrez quelques exemples de visuels réalisés pour la Ligue Île-de-France de Natation. Ces créations peuvent vous inspirer pour concevoir vos propres contenus et valoriser les activités de votre club :



Affiche de compétition



Présentation des formations



Offre d'emploi



À VOUS DE JOUER

Vous avez désormais toutes les clés en main pour vous lancer sur les réseaux sociaux.

N'ayez pas peur de publier. Chaque contenu partagé est une occasion d'informer votre communauté, de valoriser vos nageurs, vos bénévoles et vos événements, mais aussi de renforcer le lien avec les licenciés et leurs familles.

Il n'est pas nécessaire de tout maîtriser dès le départ. L'essentiel est de commencer, de publier régulièrement et de proposer des contenus simples, clairs et utiles. Votre communauté sera toujours heureuse d'avoir des nouvelles de la vie du club.

COMMUNIQUEZ, PARTAGEZ ET FAITES RAYONNER VOTRE CLUB!

