

Équipe communication

- Définir ses cibles en fonction de son public et de ses ressources
 - Interne vs externe
 - Jeunes adultes : fb, Insta...
 - Attention à ne pas se disperser
- Organiser son équipe
 - Des pôles par domaine de compétence
 - Photo, vidéo, édito, réseaux sociaux
 - Des fonctions support : publication, et technique.
 - Une coordination
 - Temporalité :
 - Avant : l'équipe comm se forme, prend forme et agit sur qqs réseaux.
 - Pendant : le dur de l'action.
 - Après : ça n'existe pas !
 - Photo : guider sur ce qu'on veut.
 - Le récit est prioritaire sur l'artistique ou les jolis portraits vis à vis de l'externe. Pour l'interne, c'est l'inverse, ils veulent se voir !
 - Canaliser et poser les limites : on ne prend pas qq1 en situation de prière (intimité).
 - Profil : sait utiliser son appareil photo, sait faire des images, accepte de ne pas faire que du beau, capable de se limiter en photo, capable trier, sélectionner, mettre à disposition ses photos dans la journée.
 - Vidéo : ne pas trop en faire !
 - Les contenus type live cut cut très appréciés et très rapides à monter.
 - En faire moins plutôt que plus : tourner et monter est chronophage, difficile de produire plus d'une vidéo par jour.
 - La vidéo, ça se fait par deux.
 - Profils : il est possible mais pas idéal de séparer la vidéo en deux parties fonction des compétences :
 - La vidéo tournage / montage : compétence en prise de vue / prise de son / montage. Tourne sur son matériel, ou un matériel loué maîtrisé avant.
 - La vidéo préparation du contenu, prise de recul : même profil que l'édito.

- Édito :
 - Action peu valorisante mais importante vis à vis de l'externe, peu utile en interne.
 - Articles très imagés avec des textes très courts
 - Prise du recul sur ce qui se vit, ce que la photo ne transmet pas seule, ni souvent la vidéo.
 - Profil : capable de prendre du recul, de trouver des angles, d'écrire correctement français.
- Relation presse
 - Ne publie pas, mais s'appuie sur le contenu produit par les autres
 - Fait la relation avec les médias
 - Profil : "politique", présente bien.
- Réseaux sociaux
 - Met en valeur le contenu des autres. Produit peu par lui-même.
 - Répond aux questions, interagit avec les utilisateurs.
 - Est la clé de la mayonnaise :
 - Crée la communauté,
 - L'anime,
 - Observe et recueille les attentes pour y répondre
 - Un rythme à tenir : 1x à 3x Jour sur FB / Insta, + sur Twitter.
 - La régularité paie !
 - Profil : sait utiliser les réseaux sociaux, très bon français, synthétique, humour et 2nd degré, en étant capable de repérer les risques de bad buzz.
- Le support
 - Publication internet : job à presque plein temps fonction du volume.
 - Uploader
 - Ranger, et mettre en forme
 - Technique : s'assurer qu'Internet soit là !
- Validation et coordination ?
 - Des procédures légères, réactivité et publication quasi immédiate nécessaire
 - Attention au bad buzz
 - Un contenu sérieux
 - Le contenu de 2nd degré est cool mais toujours à double tranchant
 - Une équipe prête à l'urgence
-

- Un point coordination, svt le matin
- Former son équipe :
 - Avant :
 - des actions concrètes, trouver des prétextes pour pratique.
 - Trouver des petits événements pour chauffer l'équipe, même si c'est sur dimensionné.
 - Pendant :
 - De la relecture, compliments et améliorations
 - Du soutien mutuel.
 - L'enjeu n'est pas sur le résultat mais aussi sur la progression de chacun, futures ressources aussi pour le diocèse.