

## 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 tres 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.