

Promouvoir une campagne sur les réseaux sociaux



© dlxmediatm.

★ À qui cela s'adresse ?

- Cyclistes et non cyclistes.
- Partenaires et influenceur·ses.
- Collectivités et médias.

★ En quoi cela consiste ?

La promotion d'une campagne vélo sur les réseaux sociaux permet de diffuser son message pour atteindre un large public. Cette action implique le partage ou la création de contenus engageants et informatifs (photos, vidéos, infographies, chiffres, témoignages). Utiliser des hashtags pertinents et collaborer avec des partenaires ou « influenceurs » permet d'amplifier la portée du message. Au-delà du partage de publications des comptes Facebook, Instagram, LinkedIn, Bluesky et X (anciennement Twitter) de la FUB, vous pouvez rédiger et diffuser vos propres contenus et engager une cible locale que vous aurez définie !

★ Étapes clés

- 1. Définir les objectifs de vos publications :** augmenter la notoriété de la cause vélo, valoriser l'action de votre association, collecter des données, mobiliser des bénévoles, sensibiliser le plus grand nombre, etc.
- 2. Identifier le public cible :** adhérent·es, sympathisant·es, habitant·es d'une commune, parents d'élèves, cyclistes réguliers, non cyclistes, jeunes, etc.
- 3. Choisir le réseau social** où votre public cible est le plus actif.
- 4. Rédiger des contenus adaptés au public et au réseau social identifié :** contenu, ton, longueur.
- 5. Planifier et programmer vos publications** à des moments stratégiques.
- 6. Engager votre audience :** ajouter des appels à l'action, poser des questions ouvertes pour encourager les interactions et répondre rapidement aux commentaires et messages.
- 7. Amplifier votre portée :** demandez à vos adhérent·es et partenaires de partager vos publications. Mentionnez collectivités et médias locaux (utilisez @).



★ Conseils d'assos

- **Postez régulièrement** pour maintenir un engagement durant toute la campagne.
- **Diversifiez vos formats :** fils informatifs sur X et Bluesky, vidéos ou témoignages pour Facebook et LinkedIn, stories sur Instagram (pour montrer les coulisses de vos actions).
- **Utilisez des outils de gestion** des réseaux sociaux pour planifier les publications.
- **Sugérez** à vos adhérent·es, réseau de partenaires et proches de partager vos publications auprès de leur entourage personnel et professionnel.
- **Utilisez** des emojis et des visuels percutants.
- **Humanisez vos publications :** témoignez avec des anecdotes ou mettez en avant des personnes engagées (adhérent·es, bénévoles, etc.).
- **Utilisez des hashtags,** c'est à dire un mot-clé (sans ponctuation ou caractères spéciaux) précédé du symbole #. Dans le cas du Baromètre vélo, ajouter **#BarometreVelo2025** permet d'apporter plus de visibilité et d'engagement à l'enquête. Vous pouvez compléter avec des hashtags locaux ou thématiques (ex. : #Mobilité, #Climat, #VotreVille).

➔ Ressources et inspiration dans le cadre du Baromètre vélo

Inspirez-vous des modèles de publication fournis par la FUB dans le kit de mobilisation Baromètre vélo sur le site barometre-velo.fr

La FUB propose à son réseau associatif des webinaires sur l'utilisation des réseaux sociaux : l'opportunité de se former et se familiariser avec les cibles et les objectifs de chaque réseau social et de faire le plein de conseils pour créer de l'engagement !

- **Facebook** (grand public) > divertir et créer de l'interaction
- **X et Bluesky** (médias, décideur·ses politiques et économiques, expert·es et militant·es) > se positionner comme leader d'opinion, montrer son expertise
- **LinkedIn** (professionnels) > valoriser l'image de votre association et toucher des partenaires
- **Instagram** (jeunes) > surprendre et montrer son originalité

Les supports et replays sont à télécharger sur l'espace adhérent : fub.fr/espace-adherents.

barometre-velo.fr

