



MAÎTRISER LES CODES DE RÉDACTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Éléments	Description	Exemple
Un texte de présentation, résumé ou description	Court, explique le cœur de l'activité, l'objectif ou l'utilisation du réseau social. Lien vers le site web possible. Éviter les répétitions entre les rubriques.	Mission : Fournir au voyageur indépendant la meilleure info sur le monde entier Histoire : Lonely Planet est le 1er éditeur de guides de voyage au monde... (extrait)
Une photo de profil (avatar)	Logo de l'entreprise, photo représentative de l'activité.	Note : Ceci est un espace pour une image, un vrai logo serait inséré ici
Une photo ou vidéo de couverture	Photo/vidéo représentative de l'activité, nouveau produit, promotion...	Note : Ceci est un espace pour une image/vidéo, une vraie image/vidéo serait insérée ici

Le Hashtag (#)

Description : Placé devant un mot-clé, permet d'accéder à tous les contenus liés à ce mot-clé. Utile pour la recherche et pour identifier des thématiques.

Utilisation : Choisir 1 ou 2 mots-clés courts (FR/EN), simples, faciles à retenir, sans espace ni caractères spéciaux (sauf "_") Pas d'espace entre le # et le mot-clé. Majuscules pour séparer plusieurs mots. Très utilisé sur Twitter et Instagram (jusqu'à 10 hashtags), aussi sur Facebook et Tumblr (1 ou 2 recommandés). #LT pour LiveTweet.

Exemple : Nutella : #WorldNutellaDay Decathlon (rando Instagram) : #rando #randonnée #paysage #mountain #nature #decathlon #hiking

L'Arobase (@)

Description : Placé devant le nom de profil d'un membre, permet de le mentionner dans une publication. La personne mentionnée reçoit une notification.

Utilisation : Principalement utilisé sur Twitter et Instagram. Aucun espace entre le @ et le nom. Aucun caractère spécial autorisé dans le nom.

Exemple : Tweet de la Fnac : Séance de dédicaces de @jdoreofficiel à la @Fnac Saint-Lazare