



CRÉER VOTRE HISTOIRE

COMPRENDRE ET UTILISER LES MÉDIAS SOCIAUX EN TANT QU'ATHLÈTE D'ÉQUIPE CANADA



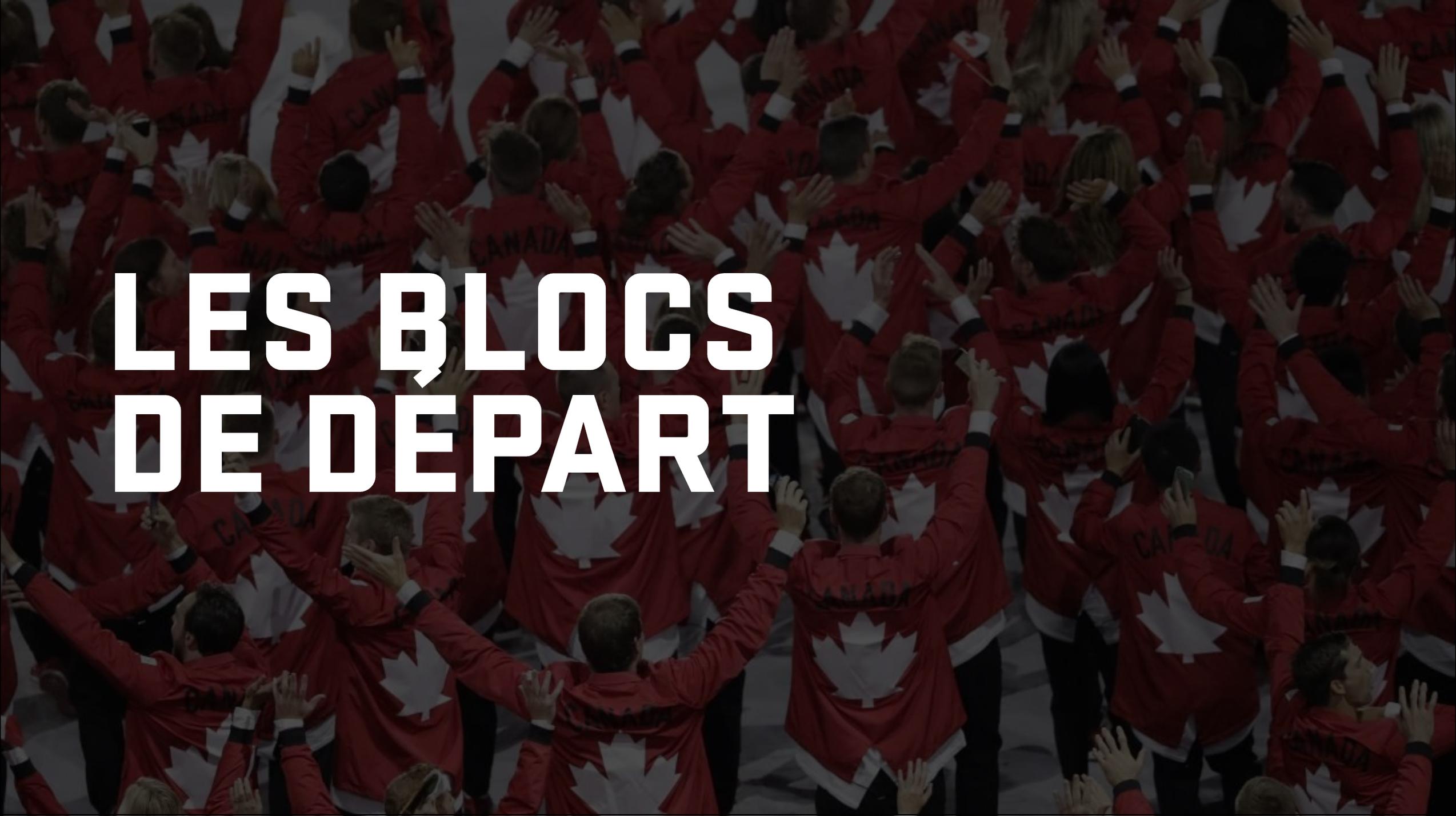
OBJECTIF

PERMETTRE À TOUS LES ATHLÈTES D'ÉQUIPE CANADA DE FAIRE LA MEILLEURE UTILISATION POSSIBLE DE LEURS COMPTES DE RÉSEAUX SOCIAUX ET DE RACONTER LEUR HISTOIRE AINSI QUE CELLE DE LEUR SPORT, DE LEUR ÉQUIPE ET DE LEUR PARCOURS



ORDRE DU JOUR

- LES BLOCS DE DÉPART
- PRATIQUES EXEMPLAIRES
- PRATIQUES D'INTERDICTION PENDANT LES GRANDS JEUX
- GESTION DES NOTIFICATIONS
- COMMENT ÉQUIPE CANADA PEUT VOUS AIDER
- MISES EN GARDE



LES BLOCS DE DEPART

NOUS RECHERCHONS ACTUELLEMENT LE CONTACT HUMAIN



L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX EST EN HAUSSE DEPUIS LE DÉBUT DE LA COVID-19



AUGMENTATION DE 61
% DE LA
PARTICIPATION
GÉNÉRALE



23 %
D'UTILISATEURS
QUOTIDIENS DE
PLUS QU'IL Y A UN
AN



AUGMENTATION DE 50
% DU NOMBRE DE
MESSAGES DANS LES
PAYS LES PLUS
TOUCHÉS PAR LE
VIRUS



AUGMENTATION DE
20 % DU NOMBRE
TOTAL DE
PUBLICATIONS DES
ENTREPRISES /
MARQUES



IMPLICATION

LES MÉDIAS SOCIAUX DEMEURENT UN MOYEN IMPORTANT PERMETTANT AUX ATHLÈTES DE :

- **PARTAGER ET RECEVOIR DES NOUVELLES**
- **MONNAYER LEUR MARQUE PERSONNELLE AVEC DES MARQUES ET DES COMMANDITAIRES**
- **INTERAGIR AVEC LEURS PAIRS, PARTAGER DES OPINIONS, DES RÉFLEXIONS ET DES SENTIMENTS**
- **PARTICIPER À DES DISCUSSIONS THÉMATIQUES AVEC LES PARTISANS**

ÉVOLUTION VERS VOTRE MARQUE PERSONNELLE



MARQUE PERSONNELLE

- Donne un aperçu plus approfondi de votre histoire et de vos passions
- Communique les compétences transférables aux défis commerciaux / quotidiens
- Une marque personnelle forte rejoint des publics qui ne sont pas nécessairement des « partisans » de votre sport

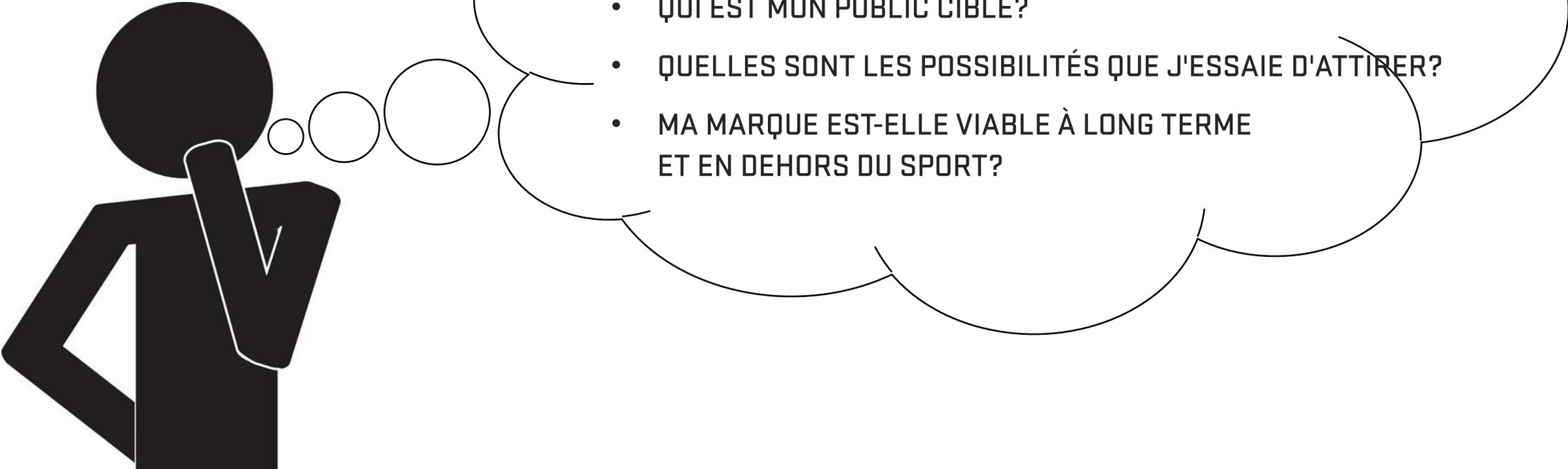
MARQUE D'ATHLÈTE

- Accent mis principalement sur les statistiques et les performances
- Niveau superficiel de profondeur et d'intention
- Stratégie limitée ou inexistante
- Non viable à long terme

RACONTER VOTRE HISTOIRE PERSONNELLE



LES QUESTIONS DE BASE QUI VOUS AIDERONT À ÉTABLIR VOTRE MARQUE PERSONNELLE

- 
- QUEL EST MON BUT?
 - QUELLE EST MON HISTOIRE / OFFRE UNIQUE?
 - QUI EST MON PUBLIC CIBLE?
 - QUELLES SONT LES POSSIBILITÉS QUE J'ESSAIE D'ATTIRER?
 - MA MARQUE EST-ELLE VIABLE À LONG TERME ET EN DEHORS DU SPORT?

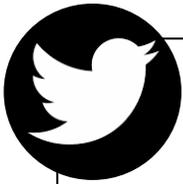


PRATIQUES EXEMPLAIRES

PRATIQUES EXEMPLAIRES



1. AYEZ UN PLAN
2. CHOISISSEZ LES RÉSEAUX À UTILISER
3. CONSERVEZ LE NOM D'UTILISATEUR
4. ÉTABLISSEZ VOTRE VOIX ET VOTRE TON SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
5. MAINTENEZ UNE CADENCE CONSTANTE
6. APPRENEZ TOUT CE QUE VOUS POUVEZ SUR VOTRE PUBLIC
7. ACCORDEZ UNE ATTENTION PARTICULIÈRE À VOS PAIRS
8. SURVEILLEZ VOS MENTIONS
9. INTÉRESSEZ-VOUS À VOTRE INDUSTRIE
10. CONNAISSEZ LES BASES DE VOS PLATEFORMES

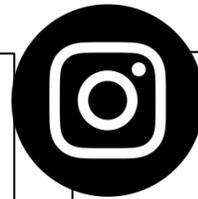


Twitter en bref

- Service de « microblogage » grâce auquel les utilisateurs publient et interagissent à l'aide de « gazouillis »
- Format idéal pour un contenu opportun, ce qui en fait une excellente source de nouvelles et pour le service client

Pratiques exemplaires

- Utilisez efficacement ces 280 caractères
- Maximisez l'interaction à l'aide de sondages, de GIF et de vidéos en direct
- Athlètes bilingues : publiez le même contenu dans les deux langues



Instagram en bref

- Réseau social et service de partage de photos et de vidéos appartenant à Facebook
- Popularité internationale exceptionnelle, ce qui le rend idéal pour les marques / influenceurs
- Était la plateforme à la croissance la plus rapide avant d'être surpassée par TikTok

Pratiques exemplaires

- Ayez une apparence cohérente pour une marque plus forte
- Maximisez l'interaction à l'aide de Stories, IG Live
- Créez un profil d'entreprise pour les métriques + liens Stories



Facebook en bref

- Réseau le plus établi possédant la plus grande portée et le plus grand bassin d'utilisateurs
- L'utilisation chez les adolescents a chuté au profit de YouTube, Instagram et Snapchat

Pratiques exemplaires

- Créez votre page publique personnelle
- Publiez plus de vidéos et des publications de type « blogue » plus longues
- Interagissez avec votre communauté
- Envisagez l'utilisation des fonctionnalités telles que Live et Stories

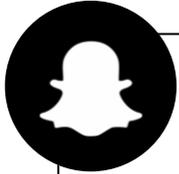


YouTube en bref

- Plateforme de partage de vidéos en ligne
- Demeure la deuxième plateforme sociale la plus utilisée par les Canadiens après Facebook

Pratiques exemplaires

- Blogues vidéo pour interagir avec vos partisans
- Visez des vidéos plus longues et de meilleure qualité
- Vidéos de formation et d'ambiance (*B-Roll*) que les médias peuvent utiliser
- Tirez parti des outils pour répéter votre récit et être à l'aise devant la caméra



Snapchat en bref

- Application de messagerie multimédia
- A connu une énorme résurgence depuis la fin de 2018
- Les utilisateurs peuvent créer du contenu de basse résolution éphémère ou utiliser « Discover » pour un contenu produit de manière plus professionnelle

Pratiques exemplaires

- Créez des vidéos au lieu d'images dans la mesure du possible
- Utilisez des outils comme les mémoires, les masques et les filtres
- Surprenez vos partisans avec des *Snap backs*



TikTok en bref

- Réseau social et service de partage de vidéos
- Utilisé pour créer de courtes vidéos de danse, de synchronisation labiale, d'humour ou de talents.
- L'humour est au cœur de l'application
- Application la plus téléchargée dans App Store en 2018 et 2019

Pratiques exemplaires

- Montrez vos habiletés et vos compétences sportives
- Partagez avec les gens les coulisses de votre entraînement
- Montrez votre côté créatif / bizarre / musical ici



PRATIQUES D'INTERDICTION



PRATIQUES D'INTERDICTION PENDANT LES JEUX

- SOUVENT FIXÉES PAR L'ONS AVANT LES GRANDS JEUX AFIN QUE LES ATHLÈTES PUISSENT SE CONCENTRER SUR LA PRÉPARATION FINALE
- PEUT DURER DES JOURS, DES SEMAINES OU MÊME DES MOIS SELON L'ONS, LES ATHLÈTES ET LEURS CALENDRIERS
- DÉLÉGUEZ LA GESTION DES COMPTES PENDANT LES PÉRIODES DE COMPÉTITION
- ENVISAGEZ DE PROGRAMMER DES PUBLICATIONS OU DE VOUS ÉLOIGNER ENTIÈREMENT DES MÉDIAS SOCIAUX

PRATIQUES D'INTERDICTION PENDANT LES JEUX



GESTION ALTERNATIVE DES COMPTES

CRÉATION ALTERNATIVE DE CONTENU

ATTIRER DES ABONNÉS

RECONNAISSANCE DES COMMANDITAIRES



GESTION DES NOTIFICATIONS

GESTION DES NOTIFICATIONS



- DANS LE CADRE DE VOTRE PLAN DE MÉDIAS SOCIAUX, DÉTERMINEZ UNE APPROCHE EN CE QUI CONCERNE LES NOTIFICATIONS
- QUELLES NOTIFICATIONS SONT LES PLUS UTILES POUR VOUS?
- PRENEZ LE TEMPS D'EXAMINER LES NOTIFICATIONS
- DÉLÉGUEZ LA GESTION PENDANT LA COMPÉTITION
- TENEZ VOS PARTISANS INFORMÉS SI VOUS VOUS ÉLOIGNEZ ENTIÈREMENT DES RÉSEAUX SOCIAUX



**COMMENT ÉQUIPE
CANADA PEUT
VOUS AIDER**

COMMENT ÉQUIPE CANADA PEUT VOUS AIDER



PRATIQUES EXEMPLAIRES ET FORMATION EN MATIÈRE DE RÉSEAUX SOCIAUX

- LIENS VERS DES DOCUMENTS D'AIDE ET D'AUTRES RESSOURCES
- WEBINAIRES ADAPTÉS AUX BESOINS DE VOTRE ÉQUIPE EN MATIÈRE DE MÉDIAS SOCIAUX

ÉQUIPE CANADA ET PARTENAIRES DE PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX

- VÉRIFICATION POUR LES OLYMPIENS ET DÉPANNAGE (USURPATION D'IDENTITÉ OU COMPTES PIRATÉS)

CRÉER DU CONTENU ENSEMBLE

- AMPLIFIEZ VOTRE CONTENU EN LE PARTAGEANT SUR NOS RÉSEAUX OFFICIELS
- MISE EN VEDETTE DANS NOTRE CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS (UGC) (EX. PRISE DE CONTRÔLE IG ET BLOGUES)

POSSIBILITÉS AVEC LES PARTENAIRES D'ÉQUIPE CANADA

- ÉQUIPE CANADA RECHERCHERA DES POSSIBILITÉS AVEC NOS PARTENAIRES MARKETING AFIN DE PRODUIRE DU CONTENU PASSIONNANT ET FASCINANT AU SUJET DE VOTRE PARCOURS

A large crowd of people, mostly seen from behind, wearing red and white Canadian-themed clothing. Many have their arms raised in a celebratory gesture. The background is a dense field of these individuals, creating a sense of a large-scale event or gathering.

MISES EN GARDE

MISES EN GARDE



1. CE QUI SE RETROUVE SUR INTERNET, RESTE SUR INTERNET... POUR TOUJOURS!
2. LES MESSAGES DIRECTS NE SONT PAS PRIVÉS
3. NE REPUBLIEZ PAS LE MÊME CONTENU SUR TOUS LES RÉSEAUX
4. NE PUBLIEZ PAS TROP SUR LES RÉSEAUX
5. MENTIONNEZ LE NOM DES CRÉATEURS
6. ÉVITEZ L'UTILISATION D'OBSCÉNITÉS OU DE LANGAGE MÉPRISANT
7. ÉVITEZ L'EXPRESSION D'OPINIONS POLITIQUES / CONTROVERSÉES
8. CRITIQUE DES COMMANDITAIRES
9. CE QUI SE RETROUVE SUR INTERNET, RESTE SUR INTERNET... *POUR TOUJOURS!*

SOYONS BRANCHÉS!



TEAMCANADA



@TEAMCANADA



@TEAMCANADA / @ÉQUIPE_CANADA



@TEAM-CANADA



OLYMPIC.CA / OLYMPIQUE.CA



OLYMPICCLUB.CA / CLUBOLYMPIQUE.CA



MERCI