

Valeurs OTECI mises en œuvre :

**Partage / Engagement** / Convivialité / Solidarité Intergénérationnelle

*Référents Communication Digitale OTECI*

## Comment publier sur LinkedIn ?

*LinkedIn est le réseau social professionnel international le plus utilisé. Être présent sur LinkedIn en tant qu'association OTECI ou en tant que membre d'OTECI permet de développer l'image et la visibilité d'OTECI, de valoriser nos missions et expertises au travers de nos événements et d'accroître notre réseau d'adhérents et de partenaires / donneurs d'ordre.*

*Avant tout, être actif régulièrement ...!*

### **1. Établissez une réelle stratégie de communication en lien avec la ligne éditoriale OTECI**

- Définissez l'angle éditorial
- Élaborez un calendrier de publication

### **2. Publiez des « posts » courts**

- Au moins une fois par semaine sur un événement, des informations pratiques ou un partage d'articles pertinents en lien avec les activités effectuées par des membres de OTECI...
- Un post doit permettre de renvoyer vers une information plus détaillée présente sous forme de News **publiée sur notre site internet.**
- Un contenu de qualité intéressant nos cibles et leur apportant de la valeur qui favorise : les « like », les « commentaires » ou le relai à leur réseau

### **3. Faites simple**

- Soyez **synthétique** (50 % plus court que les articles papier).
- Privilégiez des **phrases courtes** (20 mots maximum), un **style direct, concis et dynamique**.
- Écrivez à la voix active et au présent quand cela est possible.
- Utilisez un **vocabulaire simple, clair et explicite**.

#### **4. Travaillez les titres et sous-titres**

- Le **titre** synthétise le contenu de l'article.
- Si l'article est long, pensez à rédiger un **chapô** : souvent écrit en gras, c'est un résumé de votre article.
- Hiérarchisez et fragmentez votre contenu à l'aide de **paragraphes courts** (75 mots maximum) et bien **structurés**.
- **Une idée par paragraphe**. Utilisez 4 ou 5 paragraphes en moyenne.

#### **5. Impliquez votre communauté**

- Engagez des conversations
- Posez des questions sur les sujets qui intéressent nos communautés afin de générer des commentaires

#### **6. Intégrez une image ou une vidéo YouTube**

- ou une infographie attractive

#### **7. Insérez un « call-to-action »**

- Exemple :

« Rejoignez **OTECI** »

« Découvrez les missions d'OTECI »

« Abonnez-vous à la Newsletter OTECI »

**Et en taquant des organismes ou des personnes, c'est à dire en ajoutant « @ » devant leur nom : (un lien apparaîtra qui invitera à cliquer...)**

**@oteci**

**@martine pinard**

**@gilles moutardier**

**Etc ....**

#### **8. Incluez un lien pour plus d'information**

- Vers le site **OTECI** (ou vers la News plus détaillée...)

#### **9. Analysez les statistiques dans l'onglet « Statistiques »**

- Interactions avec la communauté
- Nombre de vues des publications
- Nombre d'abonnés

**Pour plus d'information, contactez un des Référents Communication Digitale :**

Jean-Michel Carré (AURA), Pierre Carron (AURA), Didier Devèze (PACA), Jean-Claude Ménabréa (LR), Antoine Moltisanti (AURA), Gilles Moutardier (IDF), Dominique Sonjon (AURA), Alain Vallé (IDF), Martine Pinard (IDF)