



L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX POUR L'ENGAGEMENT DES MEMBRES



PORTÉE

Déterminer vos objectifs:



Portée de message: Votre public lira les messages plus attentivement si vous les publiez moins fréquemment. (Messages plus longs, importants, et informatives)

Portée de page: Vos messages seraient sur leur timeline plus souvent si les messages sont courts et informels, mais le public consacra moins de temps à lire ces messages.

PLATEFORMES

Facebook

- Le public le plus large
- Grande variété de contenu
- Les membres puissent interagir avec le contenu (aimer, commenter ou partager les messages)



Twitter

- Mises à jour rapides, messages plus fréquent
- Plus informel, interagir avec le public
- Partager le contenu des autres utilisateurs



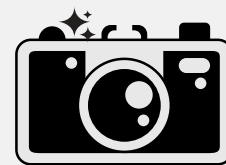
Instagram

- Centrer sur le contenu visuel
- Les messages créent les histoires et les connections
- Connecter en temps réel avec le public en utilisant les Stories



CONTENU

- Le contenu diversifié devrait être publié sur chaque plateforme
- Le contenu peut être un mélange de plaisir, éducation, et les mises à jour des clubs
- Les hashtags devraient être choisis et utilisés dans les messages (#BowlsCanadaBoulingrin)



D'AUTRES CONSEILS

- Planifier le contenu à l'avance pour rester régulier et constant
- Répondez aux commentaires et messages directs pour maintenir le dialogue avec le public
- Tagger Bowls Canada Boulingrin dans votre contenu!

