

# Mieux utiliser les médias sociaux en temps de crise

- une collection de 5 fiches

France Charles Fleury et Mylène Trépanier  
Avril 2020



## Une analyse SWOT de 3 médias sociaux

3  
Fiche

	S FORCES	W FAIBLESSES	O OPPORTUNITÉS	T MENACES
	<p>Utilisation facile</p> <p>Notifications paramétrables sur une adresse email</p> <p>Création de listes pour trier les contacts par groupe</p> <p>Facilité de joindre du contenu multimédia</p> <p>Gratuit</p>	<p>Investissement en temps</p> <p>Veille nécessaire</p> <p>Difficulté à effectuer un monitoring efficace</p> <p>Temps requis pour se constituer un nombre significatif de fans</p>	<p>Grand nombre d'utilisateurs</p> <p>Réseautage (amis)</p> <p>Contrôle du partage de ses propres informations</p> <p>Diffusion d'information (textes, photos, vidéos, hyperliens, ...)</p> <p>Visibilité</p> <p>Lien direct et rapide avec la population</p>	<p>Problèmes techniques</p> <p>Avec un sujet très polémique, risques de dérapages</p> <p>Pics de commentaires (possibilité de fermeture)</p>
	<p>Utilisation facile</p> <p>Notifications paramétrables sur une adresse email</p> <p>Création de listes pour trier les contacts par groupe</p> <p>Instantané, utile pour gérer l'information urgente</p> <p>Gratuit</p>	<p>Investissement en temps</p> <p>Veille nécessaire</p> <p>Contrainte d'espace (140 caractères)</p> <p>Peu d'effet si le fil est peu suivi</p>	<p>Grand nombre d'utilisateurs</p> <p>Utilisation de mots clés #</p> <p>Réseautage (followers)</p> <p>Système léger et rapide</p> <p>Relate en temps réel un événement</p> <p>Rejoint des leaders d'opinion et des journaliste</p> <p>Visibilité</p> <p>Diffusion et rediffusion efficaces du message</p> <p>Contrôle de son information</p>	<p>Problèmes techniques</p> <p>Pics de commentaires</p> <p>Diffusion efficace des faux pas</p>
	<p>Alimente en contenus les autres réseaux</p> <p>Accès facile</p> <p>Gratuit</p>	<p>Moins adapté pour la communication instantanée</p> <p>Ne permet pas la diffusion de texte</p> <p>Plus un complément d'informations aux autres médias</p>	<p>Partage de vidéos</p> <p>Grand nombre d'utilisateurs</p> <p>Communication post crise ou exercice (débriefing)</p>	<p>Problèmes techniques</p> <p>Atteinte à la vie privée</p> <p>Acquisition de matériel adapté nécessaire (caméra, programme de montage vidéo)</p>

*Chacun des médias sociaux présente des forces et des faiblesses, suscite des opportunités mais peut constituer des menaces dans un souci de bonne communication lors d'une crise. Voici une analyse en format SWOT pour soutenir les stratégies de communication.*

### Mise en contexte

### Références

Cette infographie est produite par le Consortium Interrégional de Savoirs en Santé et Services Sociaux. Pour en savoir plus sur cette organisation qui réunit cinq CISSS/CIUSSS et trois universités en région, allez à ConsortiumInterS4.uqar.ca. Vous trouverez dans cette collection sur la Communication et les médias sociaux en temps de crise un résumé de recommandations. La collection contient 5 fiches. Cette production est motivée par une demande des membres du Consortium. Les contenus s'appuient sur des informations récentes provenant d'auteurs ou d'organisations réputés bien que le niveau de preuve soit faible. Ils n'engagent que les rédacteurs. Adopter ou du moins vous rapprocher de ces pratiques pourrait contribuer à accroître l'efficacité de vos communications en temps de crise.

Ramacker, B. and P. Mertens, Les médias sociaux en communication de crise - Utilisation des médias par la Discipline 5: organisation et conseils pratiques. 2013, Service public fédéral Intérieur Belge, p. 23.