



CPA

ORDRE DES COMPTABLES
PROFESSIONNELS AGRÉÉS
DU QUÉBEC



CARREFOUR CPA 2018

ATELIER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Marie-Eve Boivin | Chargée, Stratégie numérique
Erika Vaugeois, MBA | Directrice, Stratégie de marque et communications
28 septembre 2018

AU PROGRAMME

01

Stratégie numérique
de l'Ordre

02

Facebook

03

Instagram

04

Atelier

05

Ressources

06

Questions?

01



STRATÉGIE NUMÉRIQUE DE L'ORDRE

FACEBOOK – DEVENIR CPA



Publics cibles

- > Étudiants au cégep
- > Étudiants à l'université
- > Candidats à l'exercice de la profession
- > Professionnels formés à l'étranger

Objectifs

- > Motiver et accompagner les candidats durant leur cheminement
- > Développer le sentiment d'appartenance chez les candidats
- > Promouvoir les avantages offerts aux candidats
- > Informer et recruter les futurs CPA

INSTAGRAM



Publics cibles

- > Étudiants au cégep
- > Étudiants à l'université
- > Candidats à l'exercice de la profession
- > Jeunes CPA
- > Influenceurs

Objectifs

- > Inspirer les jeunes au mode de vie CPA par l'esthétisme et une vision artistique
- > Motiver et accompagner les candidats durant leur cheminement
- > Développer le sentiment d'appartenance chez les candidats

02



FACEBOOK



FACEBOOK ET LE MILIEU DE L'ÉDUCATION

88 % des 18 à 29 ans sont sur Facebook.

Quand rejoindre les étudiants?

- > Meilleur taux d'engagement : le jeudi à 14 h et 15 h
- > Bonnes journées pour publier : mardi et jeudi, particulièrement entre 11 h et 17 h
- > Pic d'engagement en fin de soirée durant la fin de semaine
- > Facebook est largement utilisé sur tous les types d'appareils, au travail comme à la maison; adaptez-vous à votre audience.
- > Quand vos fans sont-ils en ligne? Voir l'onglet *Statistiques* de votre page.
- > Il est fréquent de publier 1 à 2 fois par jour, mais allez-y en fonction des besoins.

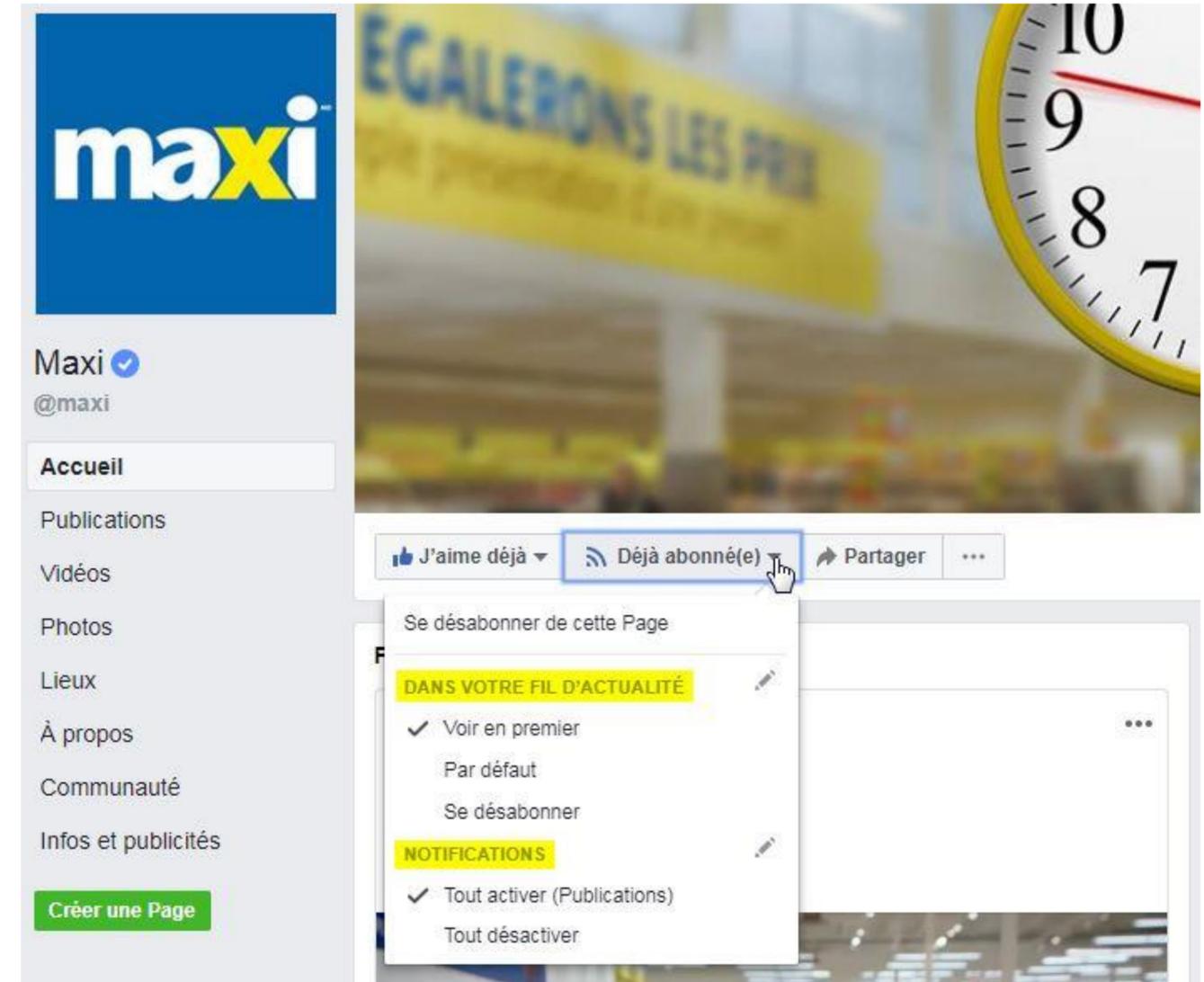


Source : [Best Times to Post on Social Media: 2018 Industry Research](#), Sprout Social

L'ALGORITHME DE FACEBOOK

Son impact sur votre page

- > Favorise de plus en plus les interactions avec la famille et les amis plutôt que le contenu public (nouvelles, vidéos et publications provenant des marques) sur votre fil d'actualité.
- > Depuis les derniers changements majeurs apportés à l'algorithme en début d'année, les nouvelles occupent environ 4 % du fil d'actualité selon Facebook.
- > Pour voir toutes les publications d'une page et pour recevoir des notifications → modifier ses préférences d'abonnement.



L'ALGORITHME DE FACEBOOK

Comment le contourner?

- > Privilégiez le contenu visuel : image, photo (ou panoramique, album photos, etc.), vidéo, GIF animé, etc.
- > Privilégiez du contenu à valeur ajoutée pour vos abonnés, varié et qui suscite l'engagement. Équilibrez les publications entre du contenu informatif et promotionnel.
- > Publiez quand vos abonnés sont en ligne.
- > Invitez vos abonnés à modifier leurs préférences d'abonnement pour voir toutes vos publications et pour recevoir des notifications.
- > Inviter les membres de votre comité et votre entourage à réagir à vos publications et à les partager.
- > Publiez votre vidéo directement à partir de Facebook plutôt que de partager un lien YouTube.
- > Explorez les fonctionnalités : événement Facebook, publication moussée ou pub, concours, Facebook live, sondage, question, quiz, etc.

PUBLICATION AVEC VISUEL

- > Accompagnez la publication d'un visuel (image, photo) → banques de photos gratuites, canva.com, options de Facebook (recadrer, ajouter un sticker, un filtre, du texte, etc.)
- > Si vous n'êtes pas satisfait de l'image ou des images proposées par Facebook dans le cas d'une publication avec hyperlien, vous pouvez télécharger une autre image mais elle ne sera pas cliquable → il faut donc ajouter l'hyperlien à même le texte de votre publication.
- > Rédigez un texte court et percutant. Allez à l'essentiel.
- > Utilisez des appels à l'action.
- > Utilisez des mots-clics si pertinent.
- > Raccourcissez et personnalisez votre hyperlien au besoin avec bitly.com.

The image shows a Facebook post from the page 'Devenir CPA'. The post is titled '{ EXAMEN }' and contains the text: 'J-40 avant l'EFC! Comment survivrez-vous à votre étude estivale? Voici quelques pistes! 🤔😓'. Below the text is a link: 'Les inscriptions se terminent le 8 août : <http://cpaquebec.ca/fr/votre-dossier/votre-examen-final/>'. The main visual is a blue graphic titled 'Trousse de survie à l'EFC' (Survival kit for the EFC exam). The graphic lists six items: 'Ordinateur fiable' (Reliable computer), 'Autobronzant' (Tanning lotion), 'Source de caféine' (Source of caffeine), 'Amis compréhensifs' (Understanding friends), 'Petites récompenses' (Small rewards), and 'Voyage post-EFC' (Post-EFC travel). Below the graphic, the post shows 9,522 people reached, 410 interactions, and 2,268 clicks. There is a 'Booster la publication' button and 129 reactions (likes, love, wow, haha). At the bottom right, it shows 69 comments and 12 shares.

Devenir CPA
Publié par Cynthia Vallee [?] · 3 août · 🌐

{ EXAMEN }
J-40 avant l'EFC! Comment survivrez-vous à votre étude estivale? Voici quelques pistes! 🤔😓
➡ Les inscriptions se terminent le 8 août : <http://cpaquebec.ca/fr/votre-dossier/votre-examen-final/>

Trousse de survie à l'EFC

- Ordinateur fiable
- Autobronzant
- Source de caféine
- Amis compréhensifs
- Petites récompenses
- Voyage post-EFC

9 522 Personnes touchées 410 Interactions 2 268 Clics [Booster la publication](#)

👍🤔😓 129 69 commentaires · 12 partages



Programme gratuit de création de visuels simples d'utilisation pour le Web et les médias sociaux





Service gratuit de réduction et de personnalisation d'URL

EDIT BITLINK ✕

bit.ly/2zt5M6n

CREATED SEP 25 [Hide Bitlink](#)

TITLE
Add a title.

CUSTOMIZE
bit.ly/2zt5M6n

PRO TIP: Branded & customized links get 34% more clicks. [Learn more](#) →

EDIT BITLINK ✕

bit.ly/2zt5M6n

CREATED SEP 25 [Hide Bitlink](#)

TITLE
Entrevues vidéos CPA

CUSTOMIZE
bit.ly/entrevues

PRO TIP: Branded & customized links get 34% more clicks. [Learn more](#) →

ÉVÉNEMENT FACEBOOK

- > Créez un événement public.
- > Avant l'événement : publiez des mises à jour dans votre événement pour que les participants et les personnes intéressées reçoivent des notifications. Faites un rappel de l'événement, augmentez l'intérêt.
- > Pendant l'événement : vous pouvez explorer Facebook live. Prévoyez l'événement à l'avance si vous voulez en informer vos abonnés.
- > Après l'événement : publier un album photos. Identifiez les partenaires, le lieu, des participants (avec compte personnel).
- > Assurez-vous d'avoir le consentement des personnes qui figurent sur les photos ou vidéos. Ex. : installer une affiche lors de l'événement ou en faire la mention dans le formulaire d'inscription de l'événement.



EtsyMTL Marché Créatif : Fait à Montréal Septembre 2018

Public · 2 dates · 9 151 personnes · par Etsy Montréal

Sélectionnez une date et une heure

Sam 29 sep
10 h 00

Dim 30 sep
10 h 00

★ Intéressée

✓ J'y vais

➔ Partager ▼

⋮

🕒 samedi de 10 h 00 à 18 h 00
dans 3 jours · 6–15°C Éclaircies

[Afficher plus de dates](#)

📍 Technopôle Angus
2600, rue William-Tremblay, Montréal H1Y 3J2

[Afficher la carte](#)

À propos de

Discussion

CONCOURS

- > Les concours simples qui demandent peu d'engagement sont ceux qui ont le plus de succès.
- > Précisez la date et l'heure de la fin du concours. Indiquez lors de l'annonce du gagnant une adresse courriel où écrire pour réclamer le prix ainsi qu'une date limite pour le faire.
- > Vous pouvez prendre une photo du ou des prix, appliquer un filtre si désiré, ajouter au besoin du texte sur l'image et prendre une capture d'écran de l'image finale. La joindre à la publication du concours.
- > Privilégiez les prix de 100 \$ et moins. Pour tout prix d'une valeur de plus de 100 \$, une autorisation de la Régie des alcools, des courses et des jeux est requise. Des frais s'appliquent et la rédaction d'un règlement peut être requise.

 Devenir CPA
Publié par Cynthia Vallee [?] - 20 août - 🌐

{ CONCOURS }

À tous nos "super candidats": en vue de l'EFC, nous avons mis la main sur 4 paires de bas aux super pouvoirs! 🤖💪

Pour participer au tirage, faites-nous part de votre première impression:

- A) Wow, trop beaux!!!
- B) Je stresse ma vie... Il me les faut ABSOLUMENT!
- C) C'est l'été... laissez faire les bas de laine!
- D) Toute autre réponse créative sera acceptée 😊

Le tirage aura lieu le mercredi 22 août à 11h. Bonne chance!

Ce concours n'est en aucune façon commandité, endossé ou administré par, ou associé à Facebook, qui ne peut être considéré responsable en cas de problème.



CONCOURS

- > Idées de prix : articles promotionnels CPA, paire de billets gratuits pour une activité, carte-cadeau, promotion ou rabais applicable sur une activité du comité étudiant, prix en lien avec l'université / le campus / la région.
- > Choisissez un mode de participation : commenter (ou aimer) la publication du concours (ex. : compléter un énoncé, répondre à une question ouverte ou avec choix de réponses, etc.), remplir un formulaire de participation (prénom + nom + courriel) ou répondre à un sondage. Vous pouvez établir des critères de participation. À noter qu'il n'est pas permis d'obliger de partager une publication.
- > Sélectionnez le ou les gagnants de façon aléatoire parmi ceux qui ont commenté (ou aimé) une publication, rempli un formulaire de participation ou répondu à un sondage (1^{re} personne qui a obtenu la bonne réponse : à éviter).
- > Vous pouvez utiliser [woobox.com](https://www.woobox.com) pour effectuer le tirage.

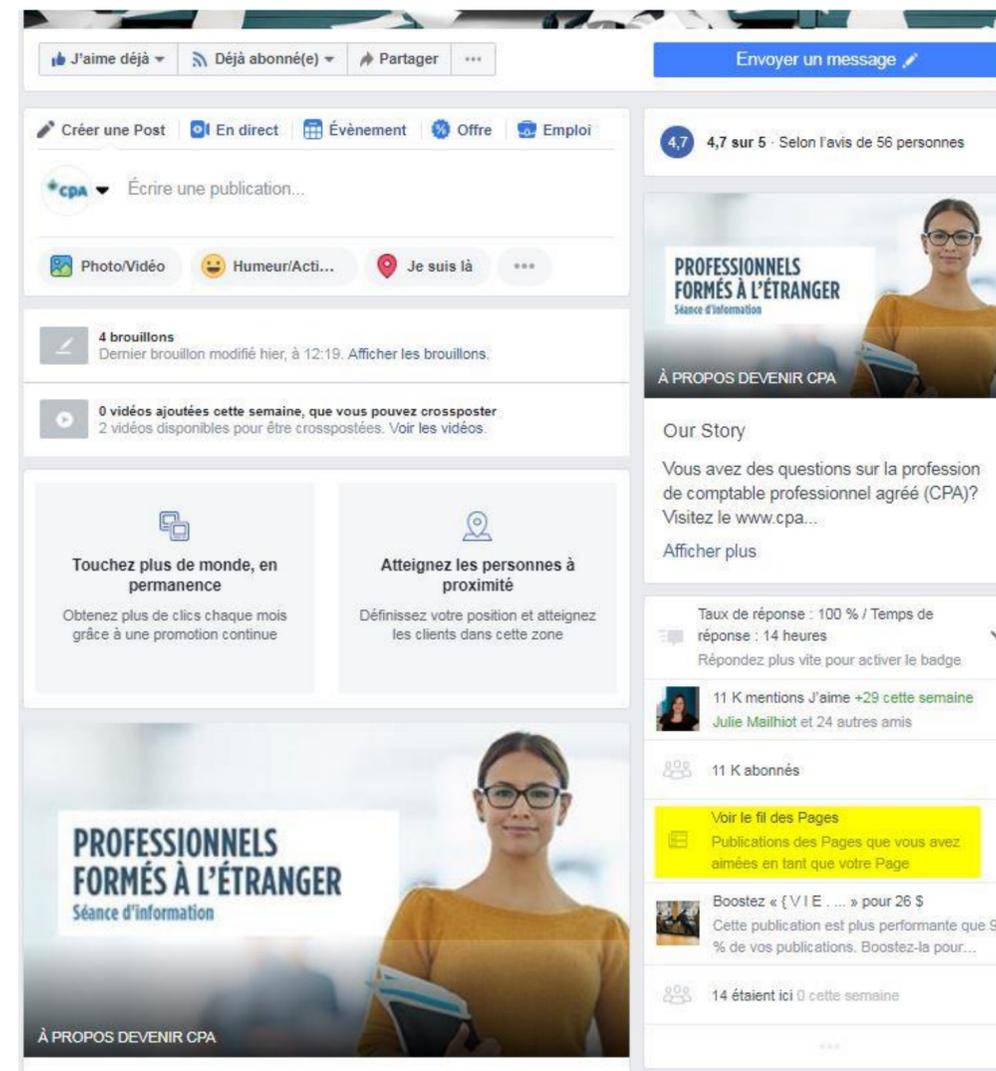


PUBLICATION MOUSSÉE ET PUBLICITÉ

- > Un petit budget (25 \$, max 50 \$) est habituellement suffisant. Dépend de l'audience et de la durée. Durée : 2 à 3 jours (sinon, surexposition).
- > Privilégiez un visuel accrocheur et sans trop de texte. L'image ne doit pas contenir plus de 20 % de texte selon les [normes de Facebook](#). Sinon, la portée sera restreinte par Facebook.
- > Plusieurs options de ciblage : ex. personnes qui aiment votre page et leurs amis, âge, lieu (ex. les environs du campus universitaire), etc.
- > Décochez la case « Diffuser une promotion sur Instagram » pour ne pas que Facebook y diffuse aussi votre publication moussée ou publicité et ce, même si vous n'avez pas de compte Instagram. De plus, votre contenu n'a pas été conçu pour Instagram.
- > Publication moussée : publiez une nouvelle, puis cliquez sur « Mettre la publication en avant ». Facebook vous demandera de configurer un compte publicitaire avec votre compte personnel.
- > Publicité : il faut passer par le gestionnaire de publicité avec son compte personnel (non requis pour une publication moussée). Options : carrousel avec plusieurs images, faire 2 versions différentes, enregistrer un brouillon, etc. La publicité ne s'affiche pas sur le fil d'actualité, contrairement à la publication moussée.

QUELQUES BONNES PRATIQUES

- > Faites une veille régulière du contenu publié par les étudiants et répondez aux questions et commentaires s'il y a lieu. Vérifiez les publications où vous êtes mentionnés et réagissez au besoin (commentaire, J'aime, partage). Il est possible d'activer les alertes pour recevoir les notifications, ou encore de programmer une réponse automatique.
- > Consultez le fil d'actualité des pages que vous suivez → cliquez sur *Voir le fil des pages*. Aimez, commentez ou partagez s'il y a lieu. N'hésitez pas à partager les publications de l'Ordre! Concours, bourses de la Fondation CPA, événements de recrutement, etc.
- > Suscitez la participation des étudiants afin qu'ils se sentent interpellés. Sondez-les pour avoir leur avis sur différents sujets d'intérêt et sur les activités de votre comité.
- > Assurez-vous de la bonne qualité du français, incluant la clarté et la concision, la présentation adéquate de l'information (adresse, date, heure, etc.), et l'utilisation d'un ton adapté au contenu publié.



03



INSTAGRAM

INSTAGRAM ET LE MILIEU DE L'ÉDUCATION

59 % des 18 à 29 ans sont sur Instagram.



Quand rejoindre les étudiants?

- > Meilleur taux d'engagement : le lundi à 20 h
- > Bonnes journées pour publier : les jours de semaine, de 11 h à 16 h
- > Moins bonne journée : le dimanche
- > Instagram est une plateforme conçue pour les mobiles; ses utilisateurs ont donc tendance à l'utiliser tout le temps, à n'importe quel moment.

Source : [Best Times to Post on Social Media: 2018 Industry Research](#), Sprout Social

PUBLICATIONS

Soyez inspirants!

- > Photo, vidéo, album, montage (app Layout)
- > Une foule de retouches possibles
- > Légende (+ crédit photo)
- > Bio (+ lien bit.ly dans la bio)
- > Position, mentions (@), mots-clics (#)
- > Regram (app Repost)
- > Avantages d'avoir un compte professionnel (statistiques, partage de publications d'autrui sous forme de story, etc.).

Concours : demandez à vos abonnés de vous mentionner et d'utiliser un mot-clic dans leur publication. Leur compte doit être public pour pouvoir participer.

Faites-nous signe pour qu'on puisse partager vos publications! [@cpaquebec](#) [#cpaquebec](#) [#devenirCPA](#) [#futurCPA](#)



STORIES

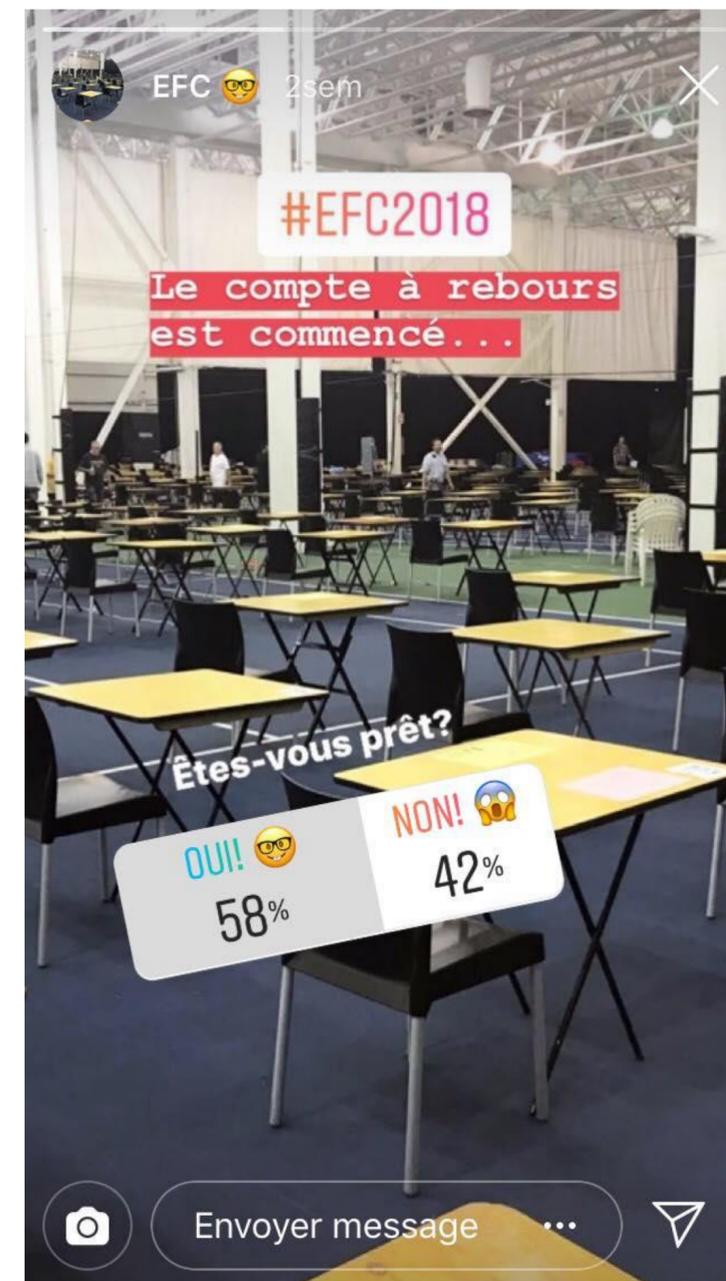
Soyez créatifs!

- > Photo, vidéo, Boomerang, En direct, Rewind, etc. Une foule de fonctionnalités et de stickers
- > Position, mentions (@), mots-clics (#)
- > Stories archivées par défaut. Vous pouvez les mettre à la une dans des catégories. Sinon, durée de vie de 24 h.
- > Vous pouvez utiliser la story pour donner un aperçu d'un événement, diffuser un concours, etc.

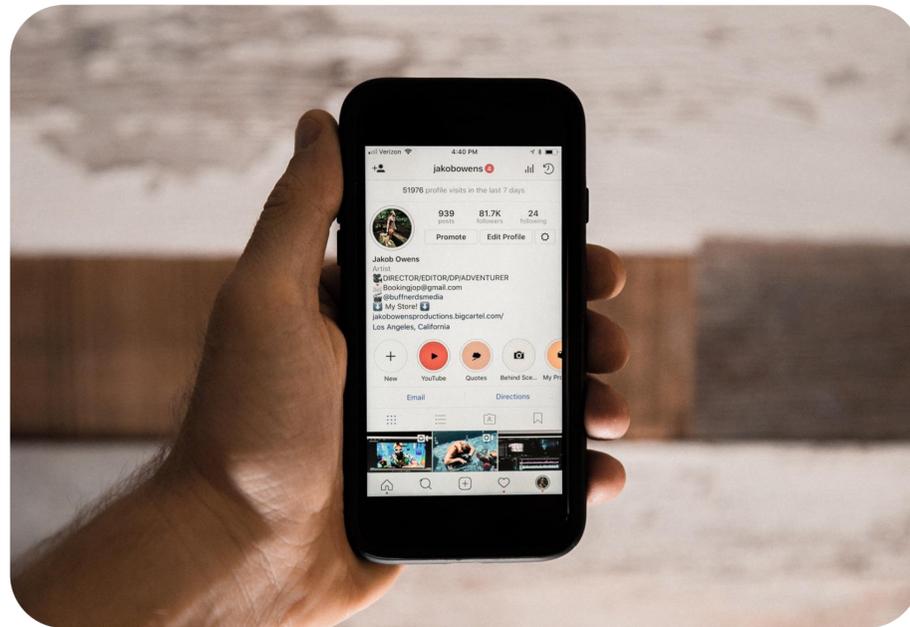
Partage de stories

- > Autorisez le partage de vos stories dans vos paramètres.
- > Vous pouvez partager une story dans laquelle vous êtes identifiés : vous avez 24 h pour en faire votre propre story et la personnaliser.
- > Pour partager vos stories sur votre page Facebook durant 24 h, liez vos comptes dans les paramètres Facebook + autorisez dans Instagram le partage automatique de story sur Facebook.

Identifiez-nous dans vos stories pour qu'on puisse les partager! [@cpaquebec.ca](https://www.instagram.com/cpaquebec.ca)



FACEBOOK OU INSTAGRAM?



- > Que vous utilisiez seulement Facebook ou exploriez aussi les possibilités d'Instagram, l'important est d'y aller en fonction de votre disponibilité et de votre intérêt. Rien ne sert de s'éparpiller.
- > Adaptez votre message en fonction du média choisi : Facebook est informatif et axé sur la communauté. Instagram prône l'esthétisme et se veut inspirant.
- > Ne vous limitez pas aux médias sociaux. C'est un moyen de communication parmi d'autres : site Web, affiches, courriels, réseautage, etc.
- > Soyez constants dans votre routine (vos moments) de publication. Il est conseillé de maintenir une certaine fréquence.
- > Trouvez ce qui fonctionne le mieux avec votre audience, explorez les diverses fonctionnalités et... amusez-vous!

04



ATELIER



MISE EN SITUATION

Votre comité étudiant organise un événement de recrutement avec plusieurs employeurs de la région. L'événement a lieu dans une semaine et il vous reste 50 billets à vendre aux étudiants...



Que faites-vous sur les médias sociaux?

CRÉATION INSTANTANÉE

Faites une story sur Instagram, ici, maintenant!
Choisissez le compte Instagram d'un comité étudiant ou un compte personnel.



N'hésitez pas à identifier l'Ordre dans votre story! @cpaquebec

RESSOURCES



- Capital Expenditures
- Depreciation
- Dividends
- Share repurchases



RÉGLEMENTATION ET NÉTIQUETTE

À garder en tête

- > Ne supprimez pas les publications ou commentaires négatifs, à moins que ce soit du contenu illégal, violent, obscène ou discriminatoire, car recevoir des commentaires négatifs offre une occasion unique d'engager le dialogue et d'apporter des pistes de solution.
- > La Loi canadienne anti-pourriel (Loi C-28), qui interdit l'envoi de messages électroniques commerciaux, à une adresse électronique, sans votre consentement (autorisation). Cela inclut des courriels, des comptes de médias sociaux et des messages texte.
- > Les médias sociaux sont soumis au respect des droits d'auteur (incluant la musique) et de la vie privée. Il est interdit de divulguer des renseignements personnels (courriel, adresse, numéro de tél., etc.) sur autrui. Le partage de vos renseignements personnels n'est pas non plus encouragé. De plus, le contenu de conversations privées (courriels ou discussions sur d'autres plateformes) ne doit pas être diffusé publiquement.
- > [5 conseils pratiques pour éviter les faux pas sur les médias sociaux](#)

LIENS UTILES

- > [Canva](#) – Pour concevoir des visuels à partir de modèles
- > [Bitly](#) – Pour réduire et personnaliser un URL
- > [Unsplash](#), [Pexels](#), [Pixabay](#), [StockSnap.io](#), [Gratisography](#) – Sites d'images gratuites et libres de droits
- > [Vérification du texte de l'image sur Facebook](#) – Pour publication moussée ou publicité
- > [Ligne directrice de l'Ordre sur les médias sociaux](#)
- > [Rédaction dans les médias sociaux](#) – Office québécois de la langue française
- > [Trousse électronique sur le site CPA](#) – Pour cette présentation PowerPoint et votre image de profil Facebook



06



DES QUESTIONS?



MERCI
