

trop élaborée ont tendance à avoir un faible impact – tout le contraire de ce qu'ils sont censés accomplir.

### Médias sociaux

Les canaux des médias sociaux tels que Facebook, Twitter et Instagram peuvent aider votre campagne à toucher un public plus vaste et à interagir avec lui de façon familière.

Le maintien d'une présence sur les médias sociaux nécessite un effort constant. Pour avoir un impact efficace, un compte sur les médias sociaux doit régulièrement être mis à jour avec du contenu pertinent, intéressant et engageant.

Les plateformes les plus prisées pour le plaidoyer sur les médias sociaux sont **Facebook, Twitter et Instagram**. Veuillez noter que les tendances sur les médias sociaux peuvent changer rapidement. N'hésitez pas à tester une nouvelle plateforme si cela peut vous aider à vous connecter à votre public.

- **Facebook** vous permet de créer une page sur les médias sociaux où partager des photos, des publications de textes, des vidéos et des liens externes. Les utilisateurs qui suivent votre page voient vos publications sur leur fil d'actualités et peuvent interagir en indiquant qu'ils aiment votre contenu, en le partageant avec leurs réseaux et en rédigeant des commentaires.
- **Twitter** vous permet également de diffuser des textes courts, des photos ou des vidéos auprès de vos abonnés par le biais de « tweets ». Depuis 2018, Twitter permet aux utilisateurs de publier des textes de 280 caractères à la fois, bien que la longueur moyenne demeure plus proche de 140 caractères. Twitter est une plateforme de discussion. Utilisez-la pour interagir avec les parties prenantes, partager des réflexions sur certaines actualités et répondre aux questions ou aux commentaires de votre public.
- **Instagram** est principalement un outil de partage d'images avec de courtes descriptions ou légendes. Vos abonnés peuvent indiquer qu'ils aiment votre contenu. Il est plus difficile de partager des liens sur Instagram, mais vous pouvez inclure un lien dans votre profil pour générer du trafic vers un site Internet que vous administrez.

La publication de contenu sans budget publicitaire vous permet d'atteindre ceux qui vous suivent déjà ou ceux avec lesquels vous interagissez – ce que l'on appelle une « portée organique ». Ces plateformes proposent des options

d'annonces qui peuvent considérablement étendre votre portée pour un coût relativement faible. Si toutefois vous avez peu d'expérience dans les publicités sur les médias sociaux, cette option n'est pas nécessairement utile pour vous, alors considérez cette étape comme optionnelle. Le contenu payant apparaît dans les fils d'actualités de nouveaux publics. En outre, les deux plateformes vous permettent de déterminer qui cibler avec vos annonces, en filtrant leur portée selon l'emplacement et les intérêts du public. Soyez créatif(ve) dans votre approche – vous pouvez cibler des communautés dans une région donnée pour y diffuser des messages sur le paludisme, des acteurs du secteur privé ou politiques dans de grandes villes ou un public global à l'échelle nationale.

Pour des informations concernant les publications sur les médias sociaux, utilisez les ressources suivantes :

- **Facebook** : <https://www.facebook.com/business/products/ads>
- **Twitter** : <https://business.twitter.com/en/solutions/twitter-ads.html>
- **Instagram** : <https://business.instagram.com/advertising/>

### Ressources d'engagement médiatique et de visibilité

#### Travailler avec les médias : Un guide pour ceux voulant influencer sur l'agenda de développement post-2015 :

un guide d'appui à l'engagement médiatique sur les questions liées au développement. Disponible sur le site : <http://www.stakeholderforum.org/fileadmin/files/Engagingwiththedia.pdf>

**Ressources graphiques** : logos de la campagne, photos et graphiques prêts à être utilisés sur les médias sociaux pour soutenir votre campagne sont disponibles à l'adresse [www.zeromalaria.africa](http://www.zeromalaria.africa)

#### Plaidoyer sur les médias sociaux : Comment élaborer un programme de promotion de marque :

un guide concis publié (en anglais) par Hootsuite, une société qui propose des outils pour les médias sociaux et des méthodes permettant d'utiliser les plateformes de façon optimale. Disponible sur le site : <https://blog.hootsuite.com/social-media-advocacy-brand-advocate/>