



WHITE PAPER

Médias sociaux dans le gouvernement

5 considérations capitales

HootsuiteTM

Médias sociaux dans le gouvernement

5 considérations capitales

Les agences du gouvernement et les intervenants du secteur public cherchent constamment à tirer profit des médias sociaux pour améliorer la qualité des services du gouvernement et permettre un meilleur engagement citoyen, élever le niveau des services publics, réduire les coûts et bien plus encore.

Les sites et outils des médias sociaux disponibles au grand public comme Facebook, Twitter, Pinterest et YouTube fournissent des options fiables aux gouvernements, agences et citoyens pour atteindre ces objectifs. Ils offrent une large gamme de fonctionnalités audio, vidéo et interactives sans coûts substantiels.

Certains exemples marquants d'agences du gouvernement ayant utilisé des outils de médias sociaux pour obtenir de grands avantages ont émergé dans les 3 à 5 dernières années. Les meilleures pratiques sont disponibles et la couverture médiatique des candidats et des campagnes engageant les électeurs et les objectifs de collecte de fonds remplis au maximum ne manque pas.

Les grands représentants des intervenants du secteur public comprennent:

- Les gouvernements nationaux et locaux
- Les agences gouvernementales
- Les représentants élus et leurs organisations
- Les votants, les électeurs et les citoyens

Cependant, pour la grande majorité des agences du gouvernement en Australie et en Nouvelle Zélande, ces outils restent assez nouveaux et inexplorés. Les organisations commencent à réaliser que la mise en œuvre interne et externe des outils des médias sociaux requiert des changements potentiels dans les processus et politiques de travail.

Le déploiement de ces outils nécessite également l'exploration de nouvelles manières de travailler et la création de nouvelles politiques et directives pour encourager une bonne utilisation et limiter les risques pouvant mener à une violation de la sécurité et la vie privée.

Il est évident que le développement d'une stratégie d'utilisation des médias sociaux est un point critique. Comprendre ce que l'organisation souhaite accomplir en général et la manière dont les médias sociaux peut servir cette mission est le point de départ, suivi immédiatement du développement d'une politique de médias sociaux exhaustive.

Les gouvernements, comme les entreprises, réalisent peu à peu qu'il est essentiel d'utiliser des outils de communications précis, eux-même employés par les citoyens et les représe:

- Facebook a plus d'1,5 milliard d'utilisateurs dans le monde
- Le réseau LinkedIn compte plus de 200 millions de membres sur plus de 200 pays et territoires
- Toute les minutes, plus de 72 heures de vidéo sont chargées sur YouTube
- Plus d'1 milliard de profils Facebook, dont 54% d'utilisateurs sur des appareils mobiles
- L'Union Interparlementaire a publié le Guide des Médias Sociaux pour
- le Parlement en 2012 (Télécharger : Anglais, français, espagnol)
- En 2013, l'UE a lancé le Portail d'Accès libre aux Données pour les gouvernements des pays membres
- Les analyses des médias sociaux aident les politiciens locaux à évaluer les opinions des électeurs sur certaines décisions et politiques appliquées
- Twitter d'ailleurs monté des signes prometteurs en tant que système d'alerte précoce en cas de désastre Gestion

Récemment encore, la communication entre chaque représentant s'effectuait surtout de manière « traditionnelle », c'est à dire par le biais de courriers directs, de mails, des médias papier, de la télévision, la radio, les communiqués de presse, etc. Ce type de communication est principalement à sens unique.

La montée des médias sociaux a ouvert de nouvelles perspectives de communication parmi les représentants du secteur public. Elle a également mis en lumière 5 considérations capitales.

1. Objectifs d'alignement

L'utilisation des médias sociaux doit soutenir la mission organisationnelle et la stratégie de communication globale. Tous les niveaux du gouvernement et la plupart des agences ont une vision et une mission déclarées. Les actions des médias sociaux doivent être mises en place de manière stratégique pour atteindre ces objectifs.

- De quelle manière la stratégie d'utilisation des médias sociaux de votre organisation soutient la mission globale ?
- De quelle manière les membres de l'équipe de communication qui utilisent les médias sociaux permettent-ils d'améliorer et de soutenir la mission organisationnelle ?

2. Transparence et collaboration

Utiliser les médias sociaux pour créer un environnement mieux coordonné permet d'améliorer la transparence externe et la collaboration interne. De fait, certains outils sociaux d'entreprises qui sont utilisés régulièrement par des membres du gouvernement comprennent les wikis, les blogs, l'étiquetage social, les options de commentaire d'utilisateur et les groupes de discussion.

- De quelle manière votre organisation soutient-elle les initiatives numériques du gouvernement ?
- Les employés principaux sont-ils bien entraînés sur la meilleure manière d'utiliser les outils de collaboration sociale indépendants du lieu ?

3. Engager le public

Les médias sociaux changent la manière dont le gouvernement s'engage auprès des citoyens. Cette nouvelle ère « d'engagement citoyen » est peut-être l'un des aspects les plus excitants des médias sociaux dans le gouvernement, car elle touche à un véritable dialogue entre les membres du gouvernement et les citoyens.

- Le cadre de votre politique de communication englobe-t-il les plateformes de médias sociaux ?
- Quelle est votre stratégie de réponse (pour les entrées négatives et positives) pour l'engagement citoyen ?
- De quelle manière les innovateurs du secteur privé peuvent-ils travailler avec l'organisation pour engager les citoyens dans la prestation de services ?

4. Vie privée et sécurité

L'une des plus grandes inquiétudes du gouvernement et des citoyens, la notion de vie privée et de sécurité, continue d'être à la source de défis importants. La nécessité de protéger les données est donc une priorité.

- Les politiques de vie privée de votre organisation sont-elles claires au regard des données personnelles collectées et de la manière dont ces données pourraient être utilisées ?
- Les protocoles de sécurité de votre organisation comprennent-ils les choses à faire et à ne pas faire en ce qui concerne les médias sociaux ? Votre équipe est-elle sensibilisée à ces protocoles ?

5. Analyses et indicateurs

Il est crucial de s'assurer d'une analyse des résultats précise et ciblée pour chaque nouveau programme. Les signes encourageants dans ce domaine sont l'innovation rapide sur les données importantes, les mobiles, etc. Décider des mesures et établir des directives représente la clé pour obtenir des résultats évaluable.

- Votre organisation a-t-elle établi un objectif de base pour les indicateurs de médias sociaux ?
- Avez-vous clairement identifié ce que vous mesurez et pourquoi ?
- Avez-vous un plan pour combiner les indicateurs des médias sociaux avec d'autres analyses de données ?

Chaque groupe de représentants a des intérêts et des objectifs particuliers, et communique de manière spécifique avec les autres et les intervenants secondaires respectifs. Les médias sociaux ont rendu la communication dynamique et animée. Ils ont cependant également ajouté de nouveaux obstacles. La participation et l'engagement des citoyens est à la source des valeurs démocratiques.

De plus, les initiatives de mobilisation des citoyens permettent de construire des communautés, de faire émerger des dirigeants et d'induire un style de gouvernement plus collaboratif.

Les entités gouvernementales qui ont appris rapidement à maîtriser l'art et la science de l'utilisation des médias sociaux de manière efficace récoltent déjà les fruits de cet engagement et ont pu améliorer leur collaboration avec les représentants internes et externes.

Hootsuite pour le gouvernement

Hootsuite est inclus dans le catalogue [Apps.Gov](#) et répertorié comme outil de tableau de bord des médias sociaux pour les agences gouvernementales des États-Unis. Certaines agences, autorités et organisations gouvernementales innovantes ayant choisi Hootsuite comme tableau de bord des médias sociaux sont présentes sur la liste [@hootwatch/gov](#).

Rédigé en collaboration avec Beverly Macy, co-auteur de [The Power of Real-Time Social Media Marketing](#).

À propos de Hootsuite Enterprise

Accélérez votre transformation sociale avec Hootsuite

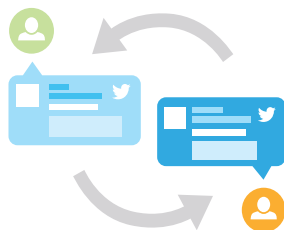
Gestion des médias sociaux



Marketing des médias sociaux



Service à la clientèle sur les médias sociaux



Vente sociale



Hootsuite Enterprise permet aux organisations d'exécuter leurs stratégies de médias sociaux. Hootsuite Enterprise, la plateforme sociale d'entreprise la plus couramment utilisée dans le monde, permet à des entreprises d'envergure mondiale de déployer leurs activités de médias sociaux dans de multiples équipes, services, et unités d'entreprise. Notre plateforme versatile prend en charge un écosystème croissant d'intégrations de technologies, permettant aux entreprises d'intégrer les médias sociaux à leurs systèmes et programmes existants.

Nous aidons les organisations à créer des relations plus approfondies avec leurs clients et à recueillir des données sur les médias sociaux qui éclairent leurs décisions. Depuis sa création, Hootsuite n'a eu de cesse d'innover, et aujourd'hui, nous continuons à aider des entreprises à accélérer leur transformation sociale et leur réussite en leur offrant nos formations et services professionnels.

Demandez une démo personnalisée aujourd'hui en consultant: enterprise.hootsuite.com

744 entreprises du Fortune 1000 font confiance à Hootsuite

