



ter, un « Retweet » (partage) de votre publication sera transmis à tous les abonnés de la personne qui a fait le « retweet » et partagé ainsi dans beaucoup plus de communautés que vous pourriez atteindre avec votre seul profil. C'est cette viralité du contenu sur les réseaux sociaux qui vaut votre investissement et ce n'est qu'en acceptant et utilisant les liens avec votre communauté que vous pourriez profiter de ces outils exceptionnels de promotion.

### Le guide d'interaction pour les X catégories de réactions sur médias sociaux

Les interactions négatives sont les grandes inquiétudes de la plupart des utilisateurs professionnels des réseaux sociaux. Avant de passer à cette catégorie, nous vous proposons un guide d'utilisation des tous les types de réactions de votre communauté qui peuvent se réaliser sur les médias sociaux.

#### 1) Pas de réactions - créer des « call to action »!

Il se peut, surtout au début de votre aventure sur les réseaux sociaux, que vous recevrez peu de réactions de votre communauté. Un « like », un « partage », pas de commentaires.

Par contre vous pouvez améliorer votre visibilité avec un seul partage ou like, donc n'hésitez pas à demander explicitement à vos premiers 100 abonnés d'agir sur vos publications! Demandez de partager avec leurs amis, de commenter s'ils aiment votre contenu ou d'envoyer un mail pour plus d'informations: les utilisateurs des médias sociaux parfois ont besoin d'un appel à action bien clair et défini!

#### 2) « Like » ou « partage » - remerciez vos abonnés!

Même sur internet, un « Merci ! » est important! En dessous de 1000 abonnés à votre page Facebook ou votre compte Twitter, il se peut que les seules réactions de votre communauté soit les « likes » ou « partages » de vos publications, sans commentaire supplémentaire. Il est important de montrer à ces utilisateurs que leur participation est importantes - répondre avec un « Merci pour votre partage! » c'est la moindre chose! Si vous voulez un taux d'interaction élevé d'un certain groupe d'utilisateur, vous pouvez même les inviter à votre fête d'été ou de leur envoyer une carte de vœux à Noël? L'interaction avec vos abonnés ne doit pas se limiter au digital!

#### 3) Un commentaire ou une question - répondez toujours!

Si vous recevrez des commentaires ou questions sur vos réseaux sociaux, c'est une réaction de votre communauté sur votre travail journalier de publication sur votre page! Maintenant il faut appliquer la règle des « 100 % » - en principe, l'idéal c'est de répondre à tous les commentaires de vos utilisateurs! Manquez

un appel d'un client peut passer inaperçu. Ce n'est pas le cas si vous ne répondez pas à un commentaire. Répondre régulièrement et à toutes les demandes est un atout, donc profiter de l'occasion!

### 4 mesures pour réagir aux commentaires négatifs

La majorité des personnes sur les médias sociaux utilisent leur nom propre pour publier et commenter sur ces plateformes. Et pourtant, cela ne limite guère les commentaires offensifs sur les plateformes sociales - au contraire, on a l'impression que sur Internet, les utilisateurs dépassent, plus souvent et plus virulemment, les limites.

D'abord il faut relativiser sur cette impression subjective. Les réseaux sociaux reflètent notre société et bien que la négativité a tendance à rester en mémoire, les publications et commentaires sur Facebook & Co sont généralement des commentaires ou questions sans fondement de clients que vous connaissez déjà.

www.diverto.com

**NEUHEIT**  
Präsentiert von  
**Agrotechnic**

**DIVERTO**

WORK WILL NEVER  
BE THE SAME

TRACTOR 40 KM/H

EXCAVATOR & CRANING 360°

FORKLIFT & WHEEL  
LOADER 360°

MOWING 360°

► BERATUNG  
► VERKAUF  
► KUNDENDIENST

L-9175 NIEDERFEULEN  
Tél.: 00352 / 81 27 31  
info@agrotechnic.lu

**agrotechnic**

www.agrotechnic.lu

Par contre s'il arrive le jour où vous recevrez un commentaire négatif, voici les étapes à prendre pour réagir correctement sur les médias sociaux.

### 1) « Relax »

Surtout tout au début de vos interactions sur médias sociaux, un commentaire négatif peut agiter et agacer. Ne vous laissez pas surprendre ! Avant de répondre publiquement ou de supprimer un commentaire, faites un tour du bureau et réfléchissez ! En principe, personne ne vous oblige à répondre instantanément, donc prenez votre temps pour rédiger une réponse adéquate.

### 2) Appliquez votre politique de modération

Vous n'avez pas l'obligation d'accepter tous les commentaires sur votre page Facebook ! Bien que nous ne conseillons guère de supprimer tous les commentaires, critiques (il vaut mieux y répondre), vous avez tout à fait l'obligation de supprimer toutes les remarques racistes, xénophobes ou sexistes qui pourraient atteindre l'image de votre société. Appliquez une politique de modération interne cohérente et supprimer les commentaires inacceptables !

### 3) Appliquez votre tonalité

Si vous arrivez à la conclusion que rédiger une réponse sera la meilleure réaction à un commentaire négatif, soyez conscient d'appliquer votre tonalité. Concrètement cela signifie que si vous avez utilisé un langage professionnel pour vos publications, ne sortez pas de cette tonalité, si vos publications sont plus familiales, vous pouvez utiliser un langage plus familial. En général nous recommandons de limiter le sarcasme

ou l'ironie dans une conversation digitale : soyez honnête, clair et direct et vos utilisateurs vous comprendront bien !

### 4) Faites partie de votre communauté

L'idéal c'est que vous n'avez pas à répondre aux commentaires négatifs mais que vos utilisateurs et fans le font pour vous. Pour avancer à ce stade de connexion entre votre profil professionnel et vos abonnés, vous devez faire partie intégrante de votre communauté, modérer les discussions et publier du contenu intéressant. Bien qu'en général la responsabilité d'adresser des commentaires négatifs vous incombe en général, ne perdez pas de vue qu'alimenter vos réseaux sociaux a aussi pour but de créer une communauté d'utilisateur qui vous protégera en cas de commentaires négatifs intenable !

La gérance des communautés sur les réseaux sociaux est une art à part entière - par contre avec ces premières étapes à suivre on espère vous avoir préparé pour cet exercice important et intéressant. Si vous avez le moindre doute concernant une des recommandations - n'hésitez pas à nous écrire !

**CLEMENT & WEYER**  
Digital Communication Consultants

**Clement & Weyer Consulting S.e.n.c.**

Sven Clement & Jerry Weyer | T +352 20 60 01 15 3

E hello@clement-weyer.lu | I www.clement-weyer.lu

**besenius**

1, zone industrielle  
L-9166 Mertzig  
Tél.: 88 81 10-1  
www.besenius.lu

# Portails et Clôtures



# ÊTES-VOUS PRÊT POUR 2017 ? SÉANCES D'INFORMATION RÉGIONALES

*Financée par la Commission européenne, l'initiative « Luxbuild 2020 » vise à améliorer les compétences des professionnels du bâtiment dans le domaine de la construction à haute efficacité énergétique et de l'assainissement énergétique. L'initiative est principalement axée sur la poursuite de l'éducation et de la formation des travailleurs dans le domaine de l'efficacité énergétique et de l'énergie renouvelable dans les bâtiments.*



À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2017, toute nouvelle construction au Luxembourg devra remplir les exigences des classes énergétiques AAA. Il est évident que ce mode de construction demande un nombre suffisant de travailleurs qualifiés dans le secteur de la construction et principalement pour les métiers de l'enveloppe et des techniques du bâtiment. La qualification de la main d'œuvre est un élément fondamental pour atteindre les objectifs fixés dans la politique climatique et énergétique nationale pour 2020.

C'est pour cette raison que, myenergy, la Chambre des Métiers Luxembourg, la Fédération des Artisans et l'Institut de Formation Sectoriel du Bâtiment (IFSB), les partenaires qui constituent le consortium national du projet LuxBuild2020, s'efforcent de sensibiliser et de préparer au mieux les entreprises concernées aux nouvelles exigences par :

- la mise en place de référentiels de qualification
- le développement et la mise en place d'un programme de formation continue
- la conception et le développement de matériel didactique spécifique à chaque corps de métiers
- un guichet d'information «LUXBUILD»

## La date limite approche à grand pas

Ainsi les membres du consortium vous proposent une série de séances d'information régionales pour exposer les faits et les exigences de la réglementation, son impact sur les entreprises du secteur de la construction et sur la situation générale du marché.

Ces séances seront complétées par des témoignages d'artisans ayant déjà suivi des formations spécifiques et réalisé des constructions en classes énergétiques AAA.

Les partenaires du consortium en charge du développement de la formation continue vont aussi vous présenter de nouvelles formations ainsi que du matériel didactique spécifique à la construction AAA.

N'hésitez donc pas de vous inscrire à une des séances d'information dans votre région.

**Plus d'informations et inscription obligatoire sur :  
[www.luxbuild2020.myenergy.lu/conférences](http://www.luxbuild2020.myenergy.lu/conférences)**