

# GUIDE POUR LA CRÉATION D'UNE PAGE OU D'UN GROUPE FACEBOOK

---

*A l'attention des services, instituts, laboratoires etc.*

## Les questions à se poser avant le développement d'une présence sur Facebook

### 1. Quels sont les objectifs de notre présence sur FB ?

### 2. Dans la perspective qui est la nôtre, vaut-il mieux créer une page ou un groupe?

*Groupe Facebook* : les groupes permettent à un ensemble de membres de communiquer entre eux. C'est l'idée de communauté qui prime: chacun peut participer à l'animation du groupe, sans qu'une voix soit supérieure à l'autre. La communauté peut être ouverte ou fermée et est dotée d'un ou plusieurs administrateurs qui en assurent la modération.

*Page Facebook* : les pages permettent aux personnalités, aux entreprises, aux institutions de communiquer avec celles et ceux qui les suivent etc. La communication de base y est principalement unidirectionnelle, avec l'objectif de susciter l'implication de ceux qui aiment la page (réactions et interactions).

Le groupe étant un outil utilitaire visant principalement à communiquer au sein d'une communauté définie, il n'implique pas de publications très régulières, alors qu'une page, davantage axée sur l'aspect promotion/communication, est plus exigeante en matière de rythme de publications.

### 3. Y a-t-il un public-cible suffisant pour créer une page Facebook ?

Une page avec peu d'amis et peu de réactions ne donne pas une très bonne image de l'entité qui l'a créée.

### 4. Ai-je les moyens suffisants (en temps et en personnes) pour alimenter la page sur le long terme?

Des publications régulières impliquent la recherche de sujets, la publication d'images de qualité, une rédaction soignée. Mais c'est la qualité du contenu et la régularité des publications qui légitimeront l'existence de la page et la possibilité de développer non seulement le nombre de «j'aime», mais aussi l'engagement des gens qui la suivent.

## En cas de création d'une page ou d'un groupe

1. En informer le Service de communication, qui peut au besoin apporter son expertise (service.communication@unine.ch)
2. Le créateur de la page a le libre choix des photos de profil et de couverture
3. La mention « Université de Neuchâtel » doit impérativement être présente dans le titre, sous l'une des formes suivantes:
  - Laboratoire XX, Université de Neuchâtel
  - Laboratoire XX - Université de Neuchâtel
  - Laboratoire XX (Université de Neuchâtel)
  - Laboratoire XX de l'Université de Neuchâtel
4. Catégorie : Université / Sous-catégorie : Enseignement supérieur

(Attention, la rubrique sous-catégorie n'apparaît que quand le code postal a été écrit dans l'adresse)

Une collaboration entre l'animateur de la page et le Service de communication est souhaitable. Vous pouvez par exemple nous signaler – sur FB ou par mail – des publications que nous pourrions relayer