
ICANN69 | Semaine de préparation – Séminaire en ligne sur les réseaux sociaux d’At-Large
Lundi 5 octobre 2020 – 15h30 à 16h30 CEST

YEŞİM NAZLAR :

Nous pouvons commencer l’enregistrement.

Bonjour. Bienvenue au webinaire At-Large sur les réseaux sociaux. Je m’appelle Yeşim Nazlar.

L’interprétation pour cette séance va se faire en espagnol et en français et pourra être utilisée avec Zoom et sur la plateforme à distance d’interprétation simultanée mise à disposition par le réseau Congress Rental Network. Les participants sont vivement encouragés à télécharger l’application de Congress Rental Network dont les instructions se trouvent sur le chat de Zoom. Vous trouverez aussi ce document sur le site web de la conférence.

Si vous souhaitez intervenir, n’hésitez pas à lever la main sur Zoom. Et une fois que le modérateur de la séance vous appellera, notre équipe de soutien technique va activer votre micro. Veuillez alors indiquer votre nom pour la transcription et la langue dans laquelle vous allez parler si vous allez intervenir dans une autre langue que l’anglais.

Lorsque vous interviendrez, assurez-vous de mettre sur muet tous vos autres dispositifs, y compris l’application de Congress Rental Network. Et veuillez également veiller à parler distinctement et à un rythme raisonnable pour permettre une bonne interprétation.

Remarque : Le présent document est le résultat de la transcription d'un fichier audio à un fichier de texte. Dans son ensemble, la transcription est fidèle au fichier audio. Toutefois, dans certains cas il est possible qu'elle soit incomplète ou qu'il y ait des inexactitudes dues à la qualité du fichier audio, parfois inaudible ; il faut noter également que des corrections grammaticales y ont été incorporées pour améliorer la qualité du texte ainsi que pour faciliter sa compréhension. Cette transcription doit être considérée comme un supplément du fichier mais pas comme registre faisant autorité.

J'attire votre attention sur le fait que les participants à distance ne sont pas autorisés à activer leur micro. Seule notre équipe technique peut le faire.

Enfin, cette séance, à l'instar de toutes les activités de l'ICANN, est régie par les normes attendues de comportement de l'ICANN. Vous trouverez le lien sur le chat pour référence.

En cas d'interruption pendant la séance, notre équipe technique va mettre sur muet tous les participants.

Sur ce, je vous cède la parole. Natalia Filina, c'est à vous.

NATALIA FILINA :

Merci Yeşim.

Au nom du groupe de travail de renforcement des capacités At-Large et de toute la communauté At-Large, je souhaite la bienvenue à tous à ce webinaire qui, je l'espère, sera intéressant pour tous.

La première partie de ce webinaire, il me revient à moi de vous la présenter. Je vais vous présenter mon expérience et vous expliquer la manière dont nous pouvons mettre en place une campagne sur les réseaux sociaux couronnée de succès. Et je vais vous raconter tout ce que vous devez savoir sur l'ICANN69 et sur les campagnes de l'At-Large sur les réseaux sociaux.

La deuxième partie de ce webinaire va être consacrée à une excellente présentation de mes collègues Glenn et Shreedeeep qui vont vous dire

comment être une star sur Twitter. Donc ce sera un webinaire fort intéressant. Commençons. Prochaine diapositive s'il vous plaît.

Alors, qui vous parle ? Je m'appelle Natalia Filina. Je vis à Moscou en Russie, je suis membre de l'organisation At-Large et j'interviens dans différentes parties de la communauté de la gouvernance de l'internet et je connais très bien l'importance de l'engagement et de la participation et du travail à ce niveau-là. Parfois et presque tout le temps, cela dépend de notre capacité à mettre en place une bonne campagne de communication au sein de notre organisation et avec toute la communauté.

Donc si nous voulons être en contact permanent avec nos membres et avoir des followers, on devrait tirer pleinement parti des réseaux sociaux. En effet, c'est une manière simple et peu onéreuse d'attirer les gens que nous utilisons à chaque minute de notre vie numérique maintenant, je crois.

Nous allons donc commencer cette présentation. J'espère que le webinaire d'aujourd'hui et cette présentation vont vous aider à améliorer votre présence sur les réseaux sociaux pour vous à titre personnel et pour votre activité professionnelle aussi. Et cette présentation, je l'espère, vous permettra de soutenir vos activités sur les réseaux sociaux pour l'année 2020 où nous allons continuer à maintenir notre image positive et nous allons continuer à communiquer avec notre public, à transmettre notre message dans le but de recevoir un retour d'information et des réactions de la part de nos followers.

Donc je vais vous dire comment mettre en place une campagne sur les réseaux sociaux, quel processus de travail mettre en place et quelles sont les meilleures pratiques que nous pouvons adopter pour mettre en place une campagne sur les réseaux sociaux d’At-Large pour l’ICANN69.

Donc d’entrée de jeu, j’aimerais vous présenter tous les membres magnifiques, mes collègues extraordinaires du groupe de travail qui travaillent avec moi pour ce webinaire. La liste des noms n’est pas exhaustive parce que bon nombre des membres At-Large nous aident dans nos travaux. Donc je vous remercie tous de vos efforts, de votre engagement, de votre motivation et j’espère que vous êtes tous en train de participer à ce webinaire aujourd’hui.

Alors, par quoi commençons-nous ? D’entrée de jeu, il faut un plan, une stratégie. On utilise la méthode des 5 W qui fonctionne. Mais ce qui est important de dire, c’est que si on veut avoir un bon résultat de notre campagne sur les réseaux sociaux, il faut assurer une certaine constance et il faut également pouvoir identifier les priorités pour mettre en place des mécanismes de coordination avec un certain nombre de matériaux, des vidéos, des images, des textes, etc. Et on doit le faire dans un délai bien déterminé.

Vous voyez ici la stratégie de l’At-Large pour l’ICANN69 sur les réseaux sociaux. Moi, j’ai le sentiment que c’est un bon exemple qui vous montre comment bien faire les choses. Vous pouvez le voir, on connaît nos objectifs, nous avons identifié nos objectifs, notre public, on connaît les délais, on a identifié la tâche à accomplir et on sait quelle

va être la plateforme de réseaux sociaux utilisée, on sait quels sont les résultats attendus. Et ce que vous voyez ici dans l'encadré bleu, ce sont les mesures qui vont nous servir pour l'analyse ultérieure. Tout cela nous permet de mettre en œuvre un système bien établi, bien coordonné. Nous savons tous que les mesures sont très importantes pour éclairer et orienter notre travail et pour les fins du rapport post-campagne.

Règle d'or numéro 2 : vous avez besoin d'une équipe. Comme je l'ai dit auparavant, il faut pouvoir identifier vos ressources. Je pense qu'on comprend tous comment fonctionnent les réseaux sociaux et il ne s'agit pas seulement de loisirs ou de divertissements. Travailler sur les réseaux sociaux, cela implique beaucoup de temps, beaucoup d'efforts, un grand dévouement et des gens très motivés. Et l'équipe des réseaux sociaux At-Large a des responsabilités vis-à-vis de la communauté At-Large. Et je pense que la communauté de l'ICANN dans son ensemble est invitée à soutenir notre campagne, à faire en sorte que plus de gens participent, ce qui veut dire que vous faites tous partie de notre équipe finalement. Et sur la diapositive suivante, je vais vous montrer ce à quoi cela ressemble ici pour nous à l'At-Large.

Oui, nous encourageons, je vous le disais, notre communauté à nous soutenir. Notre stratégie dans le domaine des réseaux sociaux est ouverte à tous les membres de l'At-Large. Et nous sommes ouverts à tout commentaire, suggestion, idée. Donc nous utilisons les lignes d'orientation pour mettre en œuvre la bonne stratégie. D'ailleurs, je vais vous parler de notre stratégie en termes de communication, en

termes d'engagement et de participation. Comme je vous l'ai dit, on met à disposition tous ces documents.

La règle d'or numéro 3 : se montrer intéressé et expliquer avec des mots simples. Chacun sait que le fonctionnement de l'At-Large n'est pas toujours simple à expliquer pour les personnes qui ne connaissent pas bien la communauté. Par conséquent, on essaie de trouver des mots simples pour expliquer les thématiques sur lesquelles portent nos réunions de travail, nos webinaires, les acronymes de l'ICANN et certains processus en cours. Bref, essayez d'être aussi simple que possible pour attirer et cela, c'est particulièrement important pour les nouveaux venus et pour la communauté non technique, par exemple le secteur académique, les chercheurs. Donc aux fins de l'engagement et de la participation, on travaille sur ces domaines en particulier aux moyens d'images et de photos.

Et je me souviens très bien que les photos de pub les plus attrayantes devraient inclure des photos des filles et de chaton par exemple. Donc on essaie de trouver le moyen d'expliquer le cœur de notre message aux moyens de photos et de bien montrer la nature internationale de notre communauté. Et on essaie, bien entendu, de suivre les normes en vigueur à l'ICANN en utilisant des couleurs vives, etc.

Je suis sûr que vous aurez entendu parler de marques personnelles dans le milieu de la pub et autre. De quoi s'agit-il ? Il s'agit d'une image qu'on peut clairement distinguer mais cela implique également le respect, la réputation et un message puissant que vos followers attendent de vous et attendent de l'organisation.

À At-Large, nous montrons ce que font nos dirigeants, qui ils sont, qu'ils sont au cœur des processus, des résultats réalisés. Et j'ai toujours tendance à croire que c'est toujours agréable de voir un visage connu, le visage de nos dirigeants. Et on essaie d'utiliser dans la mesure du possible pas seulement des images et de photos, mais aussi des vidéos et autre.

La cinquième règle d'or est de montrer comment fonctionne votre organisation à l'interne. Les réseaux sociaux devraient comprendre parmi les publications la manière dont nous procédons à notre travail. Si nous étions une compagnie de construction, on montrerait par exemple les bâtiments, les projets architecturaux qui ont été approuvés, ou la manière de pouvoir compléter ces projets. À l'At-Large, nous invitons tout le monde à contribuer aux procédures de consultation publique et nous sommes prêts à partager des mises à jour pour montrer des sources d'information et vous inviter tous à être les membres de nos appels, de nos séances et de nos délibérations. Il me semble que c'est intéressant et cela nous permet de renforcer la confiance et de montrer notre transparence à l'interne. Diapositive suivante.

La règle d'or numéro 6 est de penser au public. La communauté que nous avons est transnationale. Et on sait désormais que les gens autour du monde travaillent non seulement à l'At-Large mais qu'ils essaient plutôt de trouver un moment pour pouvoir s'unir aux séances des réunions de l'ICANN, aux séminaires en ligne. Et nous leur rappelons quel est l'emploi du temps avec l'heure dans les différents

fuseaux horaires et que les séminaires en ligne seront traduits. C'est ce que nous leur rappelons.

La règle d'or 7 est de demander des réactions, c'est-à-dire si je voulais vous demander pourquoi vous aimez un réseau social, je m'attendrais à avoir beaucoup de réponses intéressantes. Ce serait ce que je voudrais avoir. Donc ces réponses accompagnées de fondement. Le bénéfice principal dans ce sens est d'avoir la capacité de rester en contact avec notre public cible et d'obtenir leur retour d'informations. Dans notre campagne des réseaux sociaux, nous utilisons un hashtag qui est #AskAtLarge, demandez à l'At-Large, et nous sommes prêts à répondre à toutes les questions et à tous les commentaires.

Donc je signale qu'il faut se rappeler que les commentaires négatifs ne sont point un problème, du fait que les questions bizarres ou les commentaires négatifs nous permettent de montrer la nature démocratique de notre communauté. De même, cela nous permet de penser à d'autres choses qui pourraient intéresser le public et d'interagir surtout avec nos membres, notre public et nos membres potentiels. On devrait donc penser aux autres questions qui pourraient intéresser la communauté et parfois, cela nous donne du matériel à réfléchir. Je sais que parfois, ce type de commentaire arrive suite à de grands scandales sur les réseaux sociaux, mais ce n'est pas ce sur quoi nous voulons nous concentrer pour faire notre travail. Prochaine diapositive.

Il me semble que vous êtes tous au courant de notre compétition d'At-Large sur les réseaux sociaux. Nous organisons une compétition à

chaque réunion de l'ICANN et je voudrais vous inviter tous à accéder à nos réseaux sociaux pour trouver les bonnes informations afin de pouvoir participer créant des tweet intéressants et pour voir combien de commentaires ou de tweet vous recevrez pour chaque photo qui sera présentée et donc accéder aux prix qui sont proposés.

Règle d'or 9, développer des campagnes conjointes sur les réseaux sociaux, c'est-à-dire d'avoir des campagnes fortes pour faire augmenter le public et pour leur rappeler de votre potentiel, vos structures, vos partenaires. Nous aurons donc des publications conjointes avec nos partenaires et bien évidemment avec l'ICANN aussi. Prochaine diapositive.

Dernière règle, la règle d'or 10 est de ne pas vous arrêter. Ne vous arrêtez pas. Je pense qu'on ne devrait jamais arrêter la communication sur vos canaux sur les réseaux sociaux avec le public, même lorsque votre campagne est finie et que vous n'allez plus la soutenir. Parce que lorsque vous disparaissiez du domaine public, vous disparaissiez de l'esprit de vos abonnés. À l'At-Large, nous travaillons avant les réunions de l'ICANN, au cours des réunions et après parce que nous avons énormément d'informations à partager. Par exemple, à la fin des réunions de l'ICANN, nous présentons des récapitulatifs des travaux et des séances de l'ICANN, des discussions de la communauté et nous annonçons toujours les dates des séances informatives des différentes régions en différentes langues. En automne par exemple, on aura un grand événement pour notre communauté, un événement d'importance qui est le FGI 2020 et nous en parlerons sur nos réseaux sociaux. Prochaine diapositive.

Me voilà à la fin de ma présentation. J'espère que ces informations auront été utiles pour vous. Merci d'y porter attention. Je suis prête à répondre à vos questions. Si vous en avez, vous pouvez les envoyer à travers le chat ou à travers nos réseaux sociaux également. Donc prenez soin de vous, gardez la distance, mettez vos masques. Et sur ce, je passe la parole à Shreedeeep. Merci.

SHREEDEEP RAYAMAJHI :

Merci beaucoup Natalia pour cette présentation de nos travaux au sein du groupe de travail. Merci d'avoir mis en valeur l'excellent travail que vous faites avec d'autres membres de l'équipe et d'avoir montré également ce que nous souhaitons faire. Ma présentation sera donc consacrée à Twitter et à comment être une star sur Twitter.

L'objectif, je le disais, est d'aider les membres de la communauté à se faire une idée générale de comment mieux participer, comment mieux impliquer le public, c'est-à-dire des astuces pour pouvoir être plus disponible et pour avoir plus de public, être plus accessible. Donc on cherche des moyens efficaces pour tweeter. Prochaine diapositive.

Le concept de ce séminaire a été conçu par Glenn, que vous connaissez tous. À l'ICANN, tout le monde sait reconnaître Glenn du fait que c'est quelqu'un de très intéressant et qui semble nous suivre tous. Moi, je suis un journaliste, un blogueur, et responsable des communications. Et lui, il a beaucoup d'expérience avec l'utilisation des réseaux sociaux, donc on discute de comment améliorer nos canaux, comment être plus intéressant pour le public et comment aider en général le reste de l'équipe à être plus efficace par rapport à

ce qu'elle publie sur les réseaux sociaux et à comment elle le communique.

Ici, vous avez votre présence en ligne. C'est le premier point à considérer. Lorsque vous publiez sur Twitter, il est très fréquent d'avoir votre photo dans votre profil. Et pourquoi? Parce que beaucoup de gens vont voir ces informations. Si les informations que vous fournissez ne sont pas correctes, les gens sont découragées et ne suivent pas la communication. Donc c'est important pour le processus de communication et pour générer la relation de confiance avec ceux qui vont voir votre plateforme et votre profil. C'est donc important du fait que cela aide les gens à échanger avec vous ou à communiquer, à donner déjà une idée aux gens qui vont voir votre profil de ce que vous souhaitez communiquer. Puis cela nous amène également à plus de retweet. Prochaine diapositive.

Règle numéro 2: connecter avec les autres. En termes généraux, lorsque vous utilisez Twitter, très souvent, vous cherchez à faire du réseautage. Si les autres aiment vos tweet, ils vont aller voir votre profil pour tous les voir. Et très souvent, vous allez étiqueter quelqu'un pour que la personne aille voir votre profil ou vous réponde. Si votre profil est bien fait, si vous communiquez comme il le faut, si vous transmettez le bon esprit, cela va vous permettre de concrétiser ce but et c'est comme cela que se construit la communauté. Et le but est de comprendre ce que veulent les autres et que les autres vous comprennent. C'est comme cela que vous allez créer un réseau.

YEŞİM NAZLAR : Shreedeeep, désolée, avant de passer à la diapositive suivante, je voudrais vous rappeler de parler un peu plus lentement pour les interprètes. Merci.

SHREEDEEP RAYAMAJHI : Oui, bien sûr. C’est que je suis très enthousiasmé par rapport à ce que je présente.

Règle 3 : soyez généreux et faites la promotion des autres. Dès que vous commencez à retweeter les autres, il faut être constant, que les informations que vous partagez soient valide et trouver des gens qui communiquent et qui visent au même point que vous. Comme cela, le processus de communication va se faire, continuer et toute la campagne en elle-même va être renforcée. Donc les tweets que vous publiez doivent, bien sûr, collaborer à cette fin. Donc c’est à la fois ce que vous tweetez et ce que les autres retweet de ce que vous publiez. Donc il faut que vous ayez les bons liens, les bonnes informations, les bons messages de la bonne manière. Prochaine diapositive.

Règle 4 : posez des questions, répondez aux questions, connectez avec les autres. Très souvent, lorsque vous essayez de vous impliquer et de partager des informations avec d’autres, il y a des processus qui ont lieu au sein de la communauté parce que les gens veulent voir ce qui se passe. De ce fait, il faut participer et vous impliquer pour essayer de comprendre les valeurs des autres, leurs questions et leur faire comprendre vos valeurs et vos informations. C’est cela qui va créer plus de participation, générer davantage d’échanges, d’implications et une conversation plus profonde. Si vous ne partagez pas les

messages des autres, si vous n'échangez pas, cela ne va pas marcher et cela est très important pour quelqu'un qui veut être visible parce que la visibilité est importante pour votre manière d'échanger et cela va dépendre de votre stratégie et cela va renforcer ce sens. Il faut être clair à travers votre message. Il faut que vous communiquiez clairement ce que vous voulez dire, quelles informations vous souhaitez partager. Donc il faut que les idées soient tout à fait claires. Prochaine diapositive.

Règle 5 : il faut nommer les sources, être aimable, être poli et crédible. La crédibilité, en général, est quelque chose d'important parce que la communauté est très petite. Sur internet, tout est visible, vous savez. Donc si vous voulez être crédible, il faut que vous reconnaissiez qui est l'auteur des informations. Si vous avez partagé des informations, n'oubliez pas de le faire. Reconnaissez qui a collaboré. C'est comme cela que vous allez être plus visible et cela va apporter à l'efficacité de votre processus de communication. Donc c'est à vous de faire cela, d'être clair au moment d'ajouter les bons mots, les mots clés et de renforcer ce message. Prochaine diapositive.

Règle 6 : utiliser des images et des graphiques. Vous savez, la qualité des images est des graphiques, c'est important. Pourquoi ? On peut le voir tous les jours puisqu'on utilise Twitter tous les jours. Si on voit une belle image, on s'en rend compte. Et qu'est-ce que cela provoque ? Vous allez la partager, vous allez retweeter l'image. C'est quelque chose d'habituel. En général, on utilise des couleurs très vives et ce genre de chose fonctionne. C'est un peu une stratégie banale par rapport à la manière de communiquer. Il suffit d'avoir cette clarté,

avoir une bonne photo, un bon graphique et la qualité qui l'accompagne. Automatiquement, vous allez avoir une plus forte crédibilité. Et cela vous permet aussi d'être retweeté.

Règle7 : les références et les tags. Vous savez, vous pouvez tagger jusqu'à 10 personnes avec 280 caractères maximum. Et si vous utilisez des mots hashtag, cela peut vous aider. Pourquoi tagguer des gens ? Le plus important par rapport aux tags, c'est que lorsque vous tagguez les gens, vous êtes en train de tagguer quelque chose qui est lié à cette question. Et ce qui se passe, c'est que si les gens le partagent à leur tour, cela fait effet boule de neige un petit peu. Donc il est très important que vous tagguiez les bonnes personnes. Il ne s'agit pas simplement de tagger tout le monde. Non, il faut bien être clairvoyant par rapport à qui vous tagguez pour avoir de bons résultats. Il suffit d'aller sur Twitter. Vous allez voir le hashtag de l'ICANN69 et vous tagguez des gens qui ne sont pas là ; non. Il faut être cohérent, il faut être crédible, sensé. Il y a des gens qui font des recommandations, qui font des suggestions, mais il ne faut pas perdre de vue qu'il faut être bien clairvoyant dans tout cela et tagguer les bonnes personnes.

Le hashtag. Finalement, tout revient au hashtag. C'est très important de voir comment vous utilisez les hashtags. Là, vous voyez des exemples de hashtag comme #ICANN69, #ICANNat-Large, #At-Large, #At-Largewebinars, #AFRALO, #NARALO, #EURALO, #LACRALO, #APRALO, #collaborations. Il peut y avoir d'autres types de hashtag que vous utilisez ou d'autres activités qui peuvent avoir un sens. Si cela a un sens, utilisez-le. C'est en tout cas comme cela que je fonctionne parce que si vous utilisez un hashtag qui ne fait aucun

sens, c'est voué à l'échec. Mais si vous utilisez, je ne sais pas, par exemple une tasse de café et que vous êtes en train de prendre un café, cela a un sens pour vous. Vous voyez ? Soyez vous-même et utilisez des hashtags qui aient un sens.

Règle 9 : n'abusez pas. Est-ce que l'étiquette est importante ? Oui, énormément. Il ne faut pas être grossier. Vous savez, sur les réseaux sociaux, il faut essayer d'être respectueux, de ne pas offenser et d'essayer d'expliquer votre point de vue plutôt que de discuter ; c'est ma stratégie. Parce qu'il y a souvent ce genre de situation qui se produit. Donc première règle, essayez d'éviter ces discussions et si cela se produit, essayez de ne pas vous défendre mais simplement de défendre votre point de vue et l'expliquer parce que plus cette discussion va se prolonger, plus ce sera pénible. Et il faut toujours être positif parce que les gens adorent le positivisme. Donc il faut veiller à être positif.

Règle 10 : les cinq niveaux d'engagement sur les réseaux sociaux. C'est très important. Lorsqu'on parle d'engagement sur les réseaux sociaux, finalement, il s'agit du processus de communication. Et l'année dernière, lorsque nous avons eu notre campagne sur les réseaux sociaux, on s'est rendu compte que ces processus nous aident à renforcer notre communauté. La communication, c'est clé et finalement, la communication, c'est observer, s'engager, participer et contribuer, soutenir parce que si vous ne soutenez pas, vous n'allez pas faire avancer les choses, s'engager et suivre, suivre dans le sens de collaborer à la construction de ce cercle, et observer parce qu'il y a plusieurs manières d'observer Twitter par rapport à la manière dont

les gens l'utilisent et la manière dont vous pouvez manifester votre opinion ou votre point de vue. En général, c'est important. Vous, vous voulez avoir une opinion différente pour que les gens s'adressent à vous et vous posent la question : quelles sont vos perspectives, quelles sont vos idées d'avenir ?

Alors, petit questionnaire. Est-ce qu'on peut l'afficher s'il vous plaît ? À combien de caractères était limité Twitter ? 352 caractères ; 121 caractères ; 142 caractères ; ou 280 caractères ? J'espère que tout le monde va répondre.

YEŞİM NAZLAR : Nous avons reçu les résultats : 36 % de nos participants ont déjà voté. J'attends les dernières réponses et ensuite, je vais partager avec vous les résultats.

SHREEDEEP RAYAMAJHI : Oui, bien sûr. Merci Yeşim.

YEŞİM NAZLAR : Bien, je vais mettre fin à ce petit questionnaire, en tout cas la première question, et partager avec vous les résultats.

SHREEDEEP RAYAMAJHI : 60 % des gens ont voté pour la troisième réponse. Peut-être que les gens sont un petit peu perdus. Yeşim, pouvez-vous retirer les résultats de l'écran s'il vous plaît ?

Deuxième partie, créer des tweet. Là, on entame la deuxième partie, savoir comment créer un bon tweet. Twitter implique d'appliquer un certain nombre de compétences très spécifiques. C'est limité en termes de caractères, donc il faut être incisif et indiquer des mots clés. Et cela, c'est très important lorsque vous tweetez parce qu'en fin de compte, ce que vous voulez c'est attirer l'attention, retenir l'attention. Très souvent, ce qui se produit, c'est que dans une séance, il y a beaucoup de gens qui parlent en même temps et qui parlent beaucoup, puis tout d'un coup, il y a quelque chose qui vous intéresse, il y a un représentant d'AFRALO d'Afrique qui dit quelque chose de très intéressant. Alors il faut tagguer cette personne. Ensuite, vous inscrivez le hashtag et vous verrez la différence. Et si vous avez pris une photo, vous pouvez faire même une capture d'écran ou ce genre de chose. Donc il faut vraiment intensifier tout cela. Tout cela dépend de l'intérêt que vous avez à défendre cette question en particulier. Retweetez aussi, partagez vos idées pour que cela s'intègre de manière très fluide avec les autres opportunités qui se présentent en termes de communication. Prochaine diapositive s'il vous plaît.

Ensuite, il faut avoir un bon style pour faire rapport. Pour être efficace, il faut être bref, il faut être intelligent, utiliser des mots intelligents. Il faut également résumer les idées clés de la séance, il faut incorporer les hashtags pertinents, il faut indiquer les liens vers des documents importants et également nommer les intervenants. Ce que je me souviens, lorsque j'ai participé à l'ICANN, je ne me souviens plus quelle réunion de l'ICANN, Jonathan Zuck était là et il disait : « Vous savez, dans la politique, on a besoin de gens et des histoires individuelles des

gens parce que cela, c'est important. » Et cela a eu une répercussion chez moi. Et tout cela nous renvoie à la manière dont on crée un tweet parce que le contenu, c'est fondamental. Et cela fait partie de la stratégie. Comment est-ce que vous allez utiliser votre esprit, votre attitude, votre personnalité ? Finalement, cela revient à qui vous êtes, comment vous vous présentez. Et les opportunités existent. Vous ne savez jamais qui va partager et repartager, tweeter ou retweeter un de vos commentaires, peut-être la BBC ou ailleurs. Cela s'est passé, vous savez, par le passé. Donc il faut être positif, très intelligent.

Voilà quelques conseils que vous pouvez utiliser pour créer un bon tweet. Vous voyez ici quelques exemples. Est-ce que vous pouvez avancer un petit peu à la prochaine diapositive s'il vous plaît ? Voilà. Dans le contexte de l'ICANN, Samantha est la meilleure. La manière dont elle a tweeté, c'est exemplaire. Allez sur son Twitter pour avoir une idée de ce qui se passe à l'ICANN. Voilà un petit peu le niveau des choses. Vous pouvez partager vos commentaires, utiliser vos compétences, etc. Finalement, tout revient à vous, votre personnalité, votre attitude, votre stratégie de communication. Il ne s'agit pas de l'ICANN finalement, il s'agit de vous, comment vous utilisez cette opportunité pour vous-même et pour l'ICANN. Parce que c'est vous qui êtes en train de gagner un réseau, gagner une communication et obtenir des likes. Donc il faut se montrer très intelligent.

Rapport de tweet défaillant. Cela c'est important à prendre en considération lorsque vous tweetez. Des tweets trop longs, non. Ennuyeux, non. Il faut être incisif, bref. Si vous devez résumer les choses avec un petit paragraphe, c'est mieux. Aucune pub. Les gens

détestent voir des pubs dans les tweet. Répéter les tweet : interdit. Utiliser des hashtags non pertinents ou indésirables, poster des liens erronés ; il faut être intelligent.

Également, un contenu qui soit fluide parce que là, vous pouvez passer de l'autre côté de la négativité. Et dans une communauté telle que l'ICANN, finalement, le plus important, c'est le processus consensuel. Et ce qu'il faut bien comprendre, c'est que ce sont les gens qui sont au cœur de tout et au sein de la communauté, il y a plusieurs voix, plusieurs points de vue. Et c'est quelque chose que j'ai compris au fil du temps, finalement, personne n'a tort, tout le monde a raison, chacun a son point de vue. Donc il faut développer ce processus. Tout dépend de la manière dont on travaille, dont on partage les choses, dont vous construisez la communication. Donc il suffit d'être extrêmement positif et évitez à tout prix d'être négatif.

Et il faut avoir l'esprit très clair lorsque créez un tweet. Et comme je l'ai dit et je le répète, parfois, c'est mal vu de retweeter. Ce n'est pas mauvais en soi de retweeter si c'est pertinent. Si c'est lié à votre contexte, à votre pays ou à quelque chose qui vous est arrivé, vous pouvez le faire, mais il faut que cela ait un sens. Et vous, vous allez amplifier ce sens. Il faut réellement que ce soit pertinent.

Nous avons une deuxième petite interrogation. Yeşim, êtes-vous prête ? Très bien. Donc je vais lire la question. Qu'est-ce qui ne fait pas partie des meilleures pratiques recommandées pour la création des tweets ? Rester bref avec peu de hashtags ; fournir un lien, un papier ou un document blanc, une note informative ou un ordre du jour ;

inclure une photo de qualité du présentateur ; des liens URL non vérifiés ; inclusion des noms des présentateurs. Quel est le bon choix ? a), b), c), d) ou serait-ce le e) ? Il faut réfléchir un peu.

YEŞİM NAZLAR :

Bonjour Shreedeeep. Nous avons 41 réponses en ce moment. Je vais maintenant montrer les résultats et les afficher à l'écran.

SHREEDDEEP RAYAMAJHI :

C'est très bien. C'est surprenant, 95 %. Tout à fait, c'est correct.

On passe à la diapositive suivante. Partie 3 : activités et obligations. Comme Natalia l'a dit, vous pouvez participer à la séance des rapporteurs. Le lien a été partagé sur le chat. Cela prend du travail de rapport pour pouvoir faire tout cela. Si vous en avez la possibilité, connectez-vous à cette séance, participez-y. Moi, je suis un peu nouveau à l'ICANN. On apprend toujours, c'est une expérience continue. Donc si vous avez des problèmes, des questions, des doutes, posez la question, demandez. C'est la meilleure manière d'avancer. Vous pouvez poser les questions sur Twitter, en personne. Envoyez un courriel, les gens à l'ICANN sont toujours prêts à vous aider. Donc soyez vous-même, posez les questions et le principal à l'ICANN dans le domaine des réseaux sociaux ou dans les processus de communication est de s'impliquer. L'implication est fondamentale. Dans une communauté comme la vôtre, vous venez d'un pays et la représentation de votre communauté et celle de votre pays sont importantes. C'est ce qui fait de notre communauté un

environnement divers où on a tant de choses à apprendre. Donc on a énormément d’informations à intégrer, à incorporer, mais on est là également pour rendre à la communauté, pour partager de notre côté. Si on ne fait qu’absorber sans rendre ce service au reste, on ne pourra pas avancer. Donc participez aux séances, allez voir ce qui y est dit, lisez des études de cas, proposez vos propres études de cas, parlez aux gens, discutez-en. C’est cela qui aide.

Y a-t-il d’autres diapositives ? Il me semble que c’est la dernière diapositive de ma présentation. S’il y a des questions, je serai ravi d’y répondre.

Je m’excuse au nom de Glenn qui n’est pas là. Il avait un rendez-vous chez le docteur. Il voulait être là, mais ce n’était pas possible malheureusement, donc c’est moi qui ai présenté tout cela.

NATALIA FILINA :

Je voudrais prendre la parole pour vous remercier tous d’avoir participé à ce séminaire en ligne. Je vous souhaite une semaine ICANN69 très enrichissante. Venez participer à nos séminaires en ligne, à nos séances d’At-Large. Je vous rappelle, on est là pour vous aider. On attend toujours à vous faire participer, à ce que vous nous souteniez. Nous sommes une très grande communauté et tout ce que nous faisons ensemble nous permet d’aller de l’avant ensemble. Donc merci et bonne journée. À la prochaine.

YEŞİM NAZLAR : Désolée de vous interrompre, Natalia. Avant de conclure, nous avons une main levée de Jonathan Zuck.

NATALIA FILINA : Très bien. Jonathan, allez-y.

JONATHAN ZUCK : Bonjour à tous. Je vous remercie pour cette présentation qui était très informative.

Si j'ai bien compris, vous avez créé des ressources pour que les gens puissent les utiliser au moment de rédiger des messages sur Twitter et vous avez des graphiques et des schémas également. Est-ce que vous pourrez les montrer ou les partager sur le chat peut-être ?

NATALIA FILINA : Merci Jonathan pour la question. Oui, tout à fait, nous sommes en train de travailler sur le développement de cartes de promotion que nous partageons sur nos pages Twitter et Facebook. Les RALO n'ont pas toutes leur propre page sur Facebook, mais nos publications peuvent toujours être partagées et c'est à travers ce moyen que nous partageons également les liens pour pouvoir participer à notre travail sur les réseaux sociaux. À travers cette semaine de réunions de l'ICANN, nous allons partager les informations pour nos profils, pour accéder à nos comptes sur les réseaux sociaux. Donc oui, nous vous encourageons à vous joindre à nos activités, à venir voir et consulter nos réseaux sociaux également. Merci.

Cheryl, je vois que vous avez écrit sur le chat. Je vois votre message. Je vous invite tous à consulter cette présentation. Les liens de nos réseaux sociaux ont déjà été publiés. Toutes ces ressources ont déjà été partagées.

SHREEDEEP RAYAMAJHI : Nous allons également envoyer des courriels comme nous l'avons fait dans les années précédentes. On a envoyé des liens pour pouvoir accéder aux compétitions et aux comptes des ambassadeurs et à toutes ces informations. Ce sera repris pour l'ICANN69 également. Bon nombre de ces processus font l'objet de travaux conjoints avec le personnel de l'ICANN qui nous aide. Et nous demanderons aux dirigeants de nous aider à faire passer le message et à partager ces liens pour pouvoir y accéder. Merci.

YEŞİM NAZLAR : Natalia, si vous me permettez, je voulais confirmer que je ne vois plus d'autres questions posées pour l'instant.

NATALIA FILINA : Non, je ne vois pas de main levée, pas de nouvelle question non plus.

Donc encore une fois, je tiens à vous remercier tous d'avoir participé à ce séminaire. Et sur ce, je vous dis au revoir. Pour l'instant, à bientôt. On se reverra lors des prochains séminaires en ligne de l'ICANN et de l'At-Large. Merci à tous.

[FIN DE LA TRANSCRIPTION]