



**CNPEA  
RCPMTA**

**Welcome to webinar # 448  
June 3, 2015 1:00 – 2:00 PM Eastern Time**

**(Teleconference open for participants at 12:50 ET)**

## **Soutenir la prévention de la maltraitance des aînés avec les médias sociaux**

**Présentatrices:**

**Lauren Bacon**

Entrepreneur tech– auteure- conseillère en leadership

LAUREN BACON

**Amy Juschka**

Responsable du contenu stratégique YWCA Metro Vancouver



[www.chnet-works.ca](http://www.chnet-works.ca)

Population Health Improvement Research Network  
Canadian Health Human Resources Network  
University of Ottawa

# Présentatrice



## **Lauren Bacon**

Entrepreneure tech, auteure,  
conseillère en leadership

Lauren Bacon a co-fondé une agence spécialisée dans le numérique -Raised Eyebrow Web Studio- avant de développer son cabinet conseil.

Son livre à succès pour femmes d'affaires “The Boss of You”, a été publié en 2008. En plus de son travail de consultante, Lauren écrit au sujet des affaires, de la technologie et des femmes. Elle procure ses services et conseils à des start-ups, a été nommée “Top 40 de moins de 40 ans”, et a reçu le Prix RBC des femmes d'affaires canadiennes.

# Advisor on Tap



## **Amy Juschka**

Responsable du contenu multimédia et stratégique - YWCA Métro Vancouver

Amy Juschka est une professionnelle de la communication stratégique avec une formation en marketing multimedia, médias sociaux et journalisme.

Au YWCA de Vancouver, Amy est responsable de s'assurer que le contenu de l'organisation est pertinent à son public, et s'aligne avec ses objectifs stratégiques, sa marque et son ton. Elle est en charge des publications, du site et du marketing numérique dont les médias sociaux et les communications courriels.

Amy a une maîtrise en journalisme de l'Université de Colombie Britannique et a travaillé dans le domaine des communications dans de nombreuses organisations à but non lucratif, ainsi que dans le secteur de l'enseignement supérieur.

# La toile sociale pour les sceptiques



Utiliser les réseaux sociaux pour le progrès social (sans les laisser contrôler votre vie)

LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# Lauren Bacon



- Stratégiste de la toile
- Conseillère en leadership
- Auteure
- Sceptique

LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# Ce dont nous allons parler

- “Médias sociaux”: Qu’est ce que ça veut dire?
- Comment marche le réseau social?
- 5 stratégies efficaces pour encourager le changement social en ligne

# La toile sociale est humaine.



LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)





Pas étonnant qu'on se sente débordés...

- Parlons des stratégies derrière les différents outils

# Faites face à vos peurs

- Perte de contrôle
- Une tâche de plus
- Inconnu et imprévisible
- Transparence
- Plus de bruit, moins de sens
- Modes éphémères

# Opportunités



LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# Il n'y a aucune obligation

...sauf celle d'aligner votre stratégie et votre mission.

# Le social ne remplace pas l'essentiel:

- Votre cocktail de stratégie en ligne doit contenir:
  - Une dose de présence en ligne
  - Une dose unidirectionnelle (c.a.d. courriels, publicité)
  - Une dose de social
- (Ajustez les quantités selon vos goûts.)

# 5 méthodes pour s'impliquer et interpeller

1. Écouter et participer
2. Partager une histoire
3. Partager le savoir
4. Développer une communauté et un réseau social
5. Générer du financement et des recettes

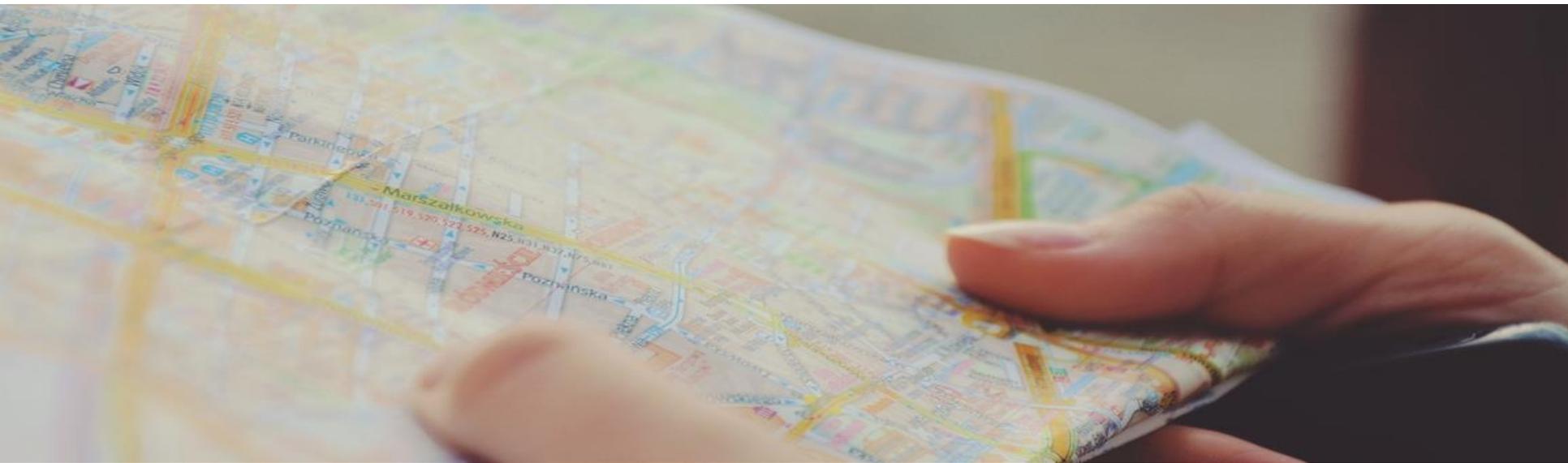
(Remerciements à Alexandra Samuel, Rob Cottingham & Beth Kanter.)

# Comment cela vous aide

Écouter et participer	Comprenez vos intervenants et leurs intérêts
Partager un récit	Interpellez les esprits et les coeurs
Partager les savoirs	Mobilisez l'intelligence collective
Développer votre communauté	Rentrez en contact avec vos pairs et vos sympathisants
Financement et génération de recettes	\$\$\$

# 5 stratégies efficaces

pour encourager le changement social  
en ligne



# 1. Écouter & participer

“Le désir d’appartenir à un groupe qui partage, coopère ou agit de concert est un instinct humain de base.”

- Clay Shirky



LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# 1. Écouter & participer

Comprendre votre secteur et ses intervenants

- Écoutez:
  - Les influenceurs
  - Votre “public”/ communauté
  - Les intervenants
  - Autres dans votre secteur (pairs & alliés)

# Identifier les influenceurs



Every community has super-users - high authority, highly active

Know who they are

Chaque communauté a ses super-utilisateurs – des autorités, hautement actives.  
Apprenez à les connaître.

Source: Neil Perkin, “What’s Next in Media: How Social Media Changes the Rules for Good”

LAUREN BACON

laurenbacon.com

# 1. Écouter & participer

Comprendre votre secteur et ses intervenants

- Bâtir des coalitions
- Rechercher & récolter des données
- Commenter sur des blogs, articles, etc.
- Rejoindre une conversation en cours



### Arts Vancouver

A public list by Lauren Bacon



A few of my favourite Vancouver arts organizations

MEMBERS 23 SUBSCRIBERS 2

Edit Delete

Tweets >

List members >

List subscribers >

### More lists by @laurenbacon ·

View all

- Gender+DiversityInTech
- Entrepreneurs & Women Inform
- Nonprofit Tech
- Design & Tech
- Connections
- Inspiration & Fun
- Near & Dear
- Code for America
- Arts Vancouver
- good business
- women who rock
- make me think
- inspiration
- nonprofit tech
- apps

### Tweets



**Museum of Vancouver** @Museumofvan · 20s  
We're scouting for funky collectors and their unique collections for an upcoming exhibition: [ow.ly/N9rgB](#) [ow.ly/i/aTgMM](#)



View photo



Museum of Vancouver retweeted



**Vancity Buzz** @VancityBuzz · 18m  
Get out the shades & sunscreen. Sunny weather & highs of 26°C in Metro #Vancouver this week [ow.ly/N9i1m](#)



View photo



**Chan Centre** @ChanCentre · 16m  
Talented @UBC\_Music grads perform at tomorrow's FREE Baccalaureate Concert. #UBC #UBCgrad [chancentre.com/whats-on/ubc-s...](#)



### Recently added members · View all



**Music on Main** @musiconm...

Following



**Vancouver Recital** @vanrec...

Following



**David Pay** @david\_pay

Following



**Assaulted Fish** @assaultedfi...

Follow

© 2015 Twitter About Help Terms Privacy Cookies Ads info Brand Blog Status Apps Jobs Advertise Businesses Media Developers Cricket

# Outils d'écoute

- Abonnez-vous à des blogs, publications, comptes Twitter et LinkedIn pertinents
- Inscrivez-vous à des infolettres, chaînes YouTube, podcasts etc.
- Sondages en ligne

# Questions à prendre en compte

- Sur quels sujets est-ce-que je veux en savoir plus?
- Qui partage des informations pertinentes?
- Quelle est mon mode d'apprentissage préféré (texte, vidéo, audio, visuel)?
- Commencez par ce que vous préférez! Pas besoin de tout faire. Pensez “Première page du journal”.

# 2. Raconter une histoire

“La vérité sur les histoires c’est que c’est tout ce  
que nous sommes.”

- Thomas King



LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# 2. Raconter une histoire

Interpeller les esprits et les coeurs

- Quels types d'histoires attirent les gens?
  - Impact émotionnel
  - Personnalité
  - Une vision d'un monde meilleur
  - Succès, statistiques, élan
- Nous recherchons avant tout une connection, particulièrement en ligne.

# 2. Raconter une histoire

- Comment raconter des histoires de façon optimale?

- Texte (blogs, courriels)

- Photos

- Vidéos

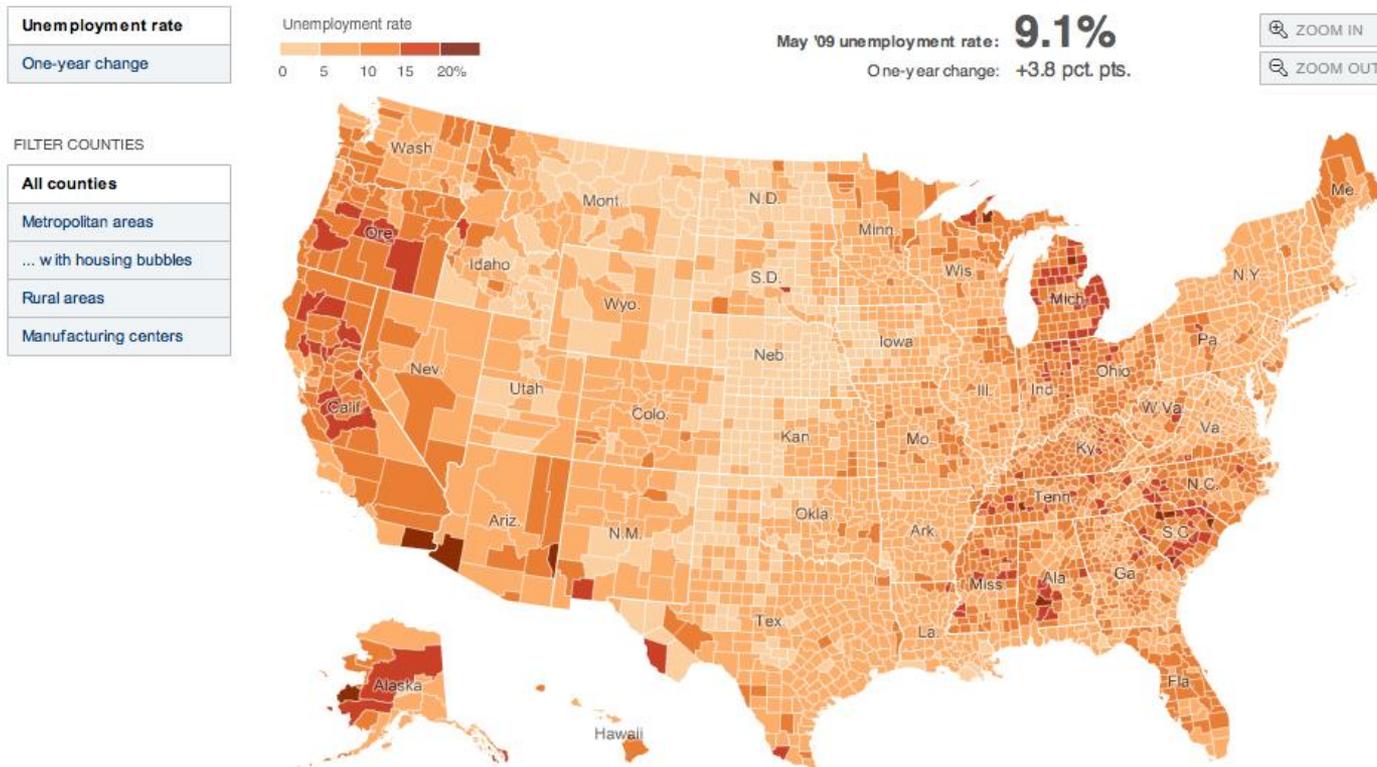
- Podcasts

- Outils interactifs



Envisagez d'associer plusieurs formats

# 2. Raconter une histoire



Sources: Bureau of Labor Statistics; Ofheo; U.S.D.A.

The New York Times

Source: The New York Times, "Geography of a Recession" [http://www.nytimes.com/interactive/2009/03/03/us/20090303\\_LEONHARDT.html](http://www.nytimes.com/interactive/2009/03/03/us/20090303_LEONHARDT.html)

LAUREN BACON

laurenbacon.com

# Outils de narration

- Texte: blogs, Medium, publications en ligne (HuffPo, etc.)
- Vidéo: YouTube, Vimeo, Vine, vlog
- Photographie: Instagram, Flickr, etc.
- Audio: podcasts, audio-blog
- Outils interactifs: infographiques, etc.
- N'oubliez pas les courriels!

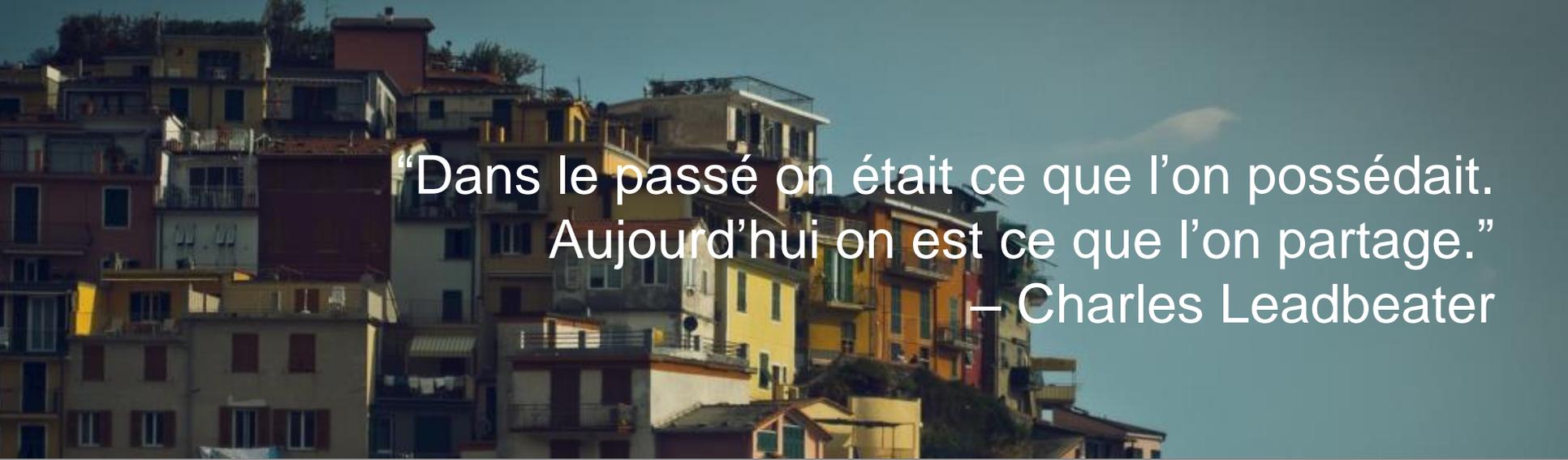
# Questions à prendre en compte

- Que puis-je offrir qui soit amusant et facile?
- Quel est mon mode de communication préféré?
- Par quelle narration courte pourrais-je commencer pour me faire la main?
- Comment puis-je adapter un contenu pré-existant dans de nouveaux formats?

# 3. Partage du savoir

“Une part d’anarchie, une part d’aristocratie, une part de démocratie, une part de monarchie”

– Jimmy Wales à propos de la communauté Wikipedia



“Dans le passé on était ce que l’on possédait.  
Aujourd’hui on est ce que l’on partage.”  
– Charles Leadbeater

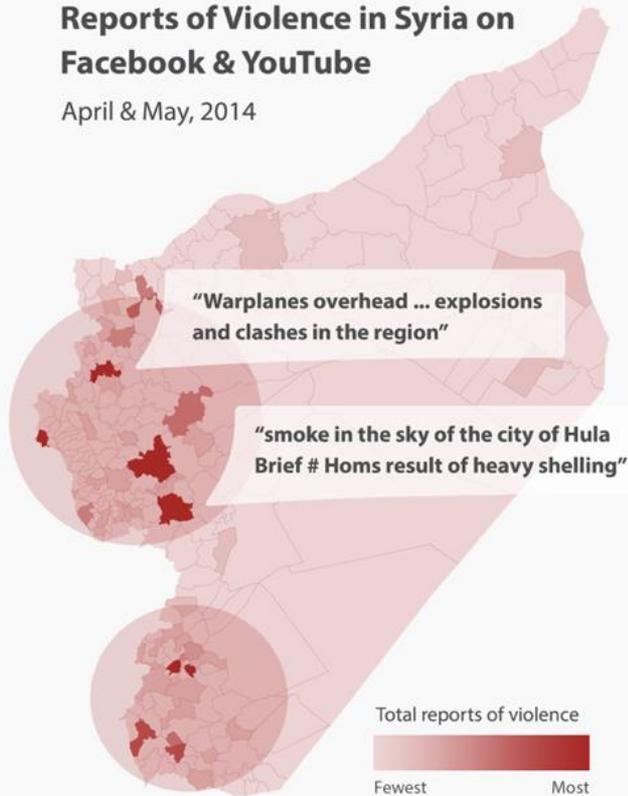
LAUREN BACON

laurenbacon.com

# Mapping Violence in Syria

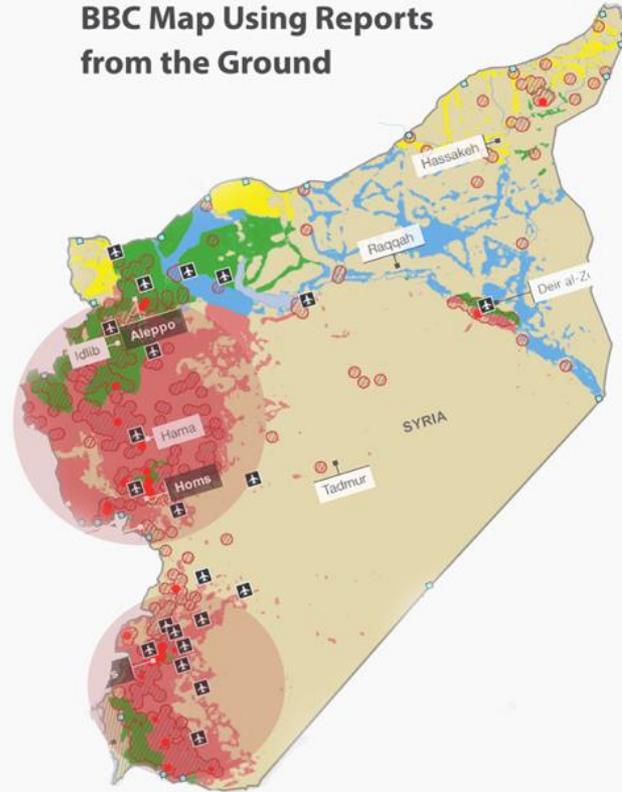
## Reports of Violence in Syria on Facebook & YouTube

April & May, 2014



Powered by 

## BBC Map Using Reports from the Ground



Syria: Mapping the Conflict  
<http://www.bbc.com/news/world-middle-east-22798391>

NEWEST CHALLENGES

Sort ↕

Search

Submit

226 Competitions Found

Agency Search

Agency Search

Prize Amount Range

Prize Start From:

0

Prize End To:

10000000+

Challenge Type

- Software / Apps
- Ideas
- Designs

**ORNL Buildings Crowdsourcing Campaign**



[View Prize List On This Challenge](#)

Submit Your Technology Ideas to Advance Energy Efficiency in Buildings

**Open Until** May 31, 2015

Posted by:  
**Department of Energy**

**Mental Health and TBI Care Challenge**



[View Prize List On This Challenge](#)

You can help shape the future of mental health and traumatic brain injury care!

**Open Until** Jun 05, 2015

Posted by:  
**Department of Defense--Military Programs**

**America's Seed Fund Logo Design Competition for the SBIR/STTR Programs**



**\$2,500 in prizes**

The SBIR/STTR Programs are seeking a new logo-design.

**Open Until** May 29, 2015

Posted by:  
**Small Business Administration**

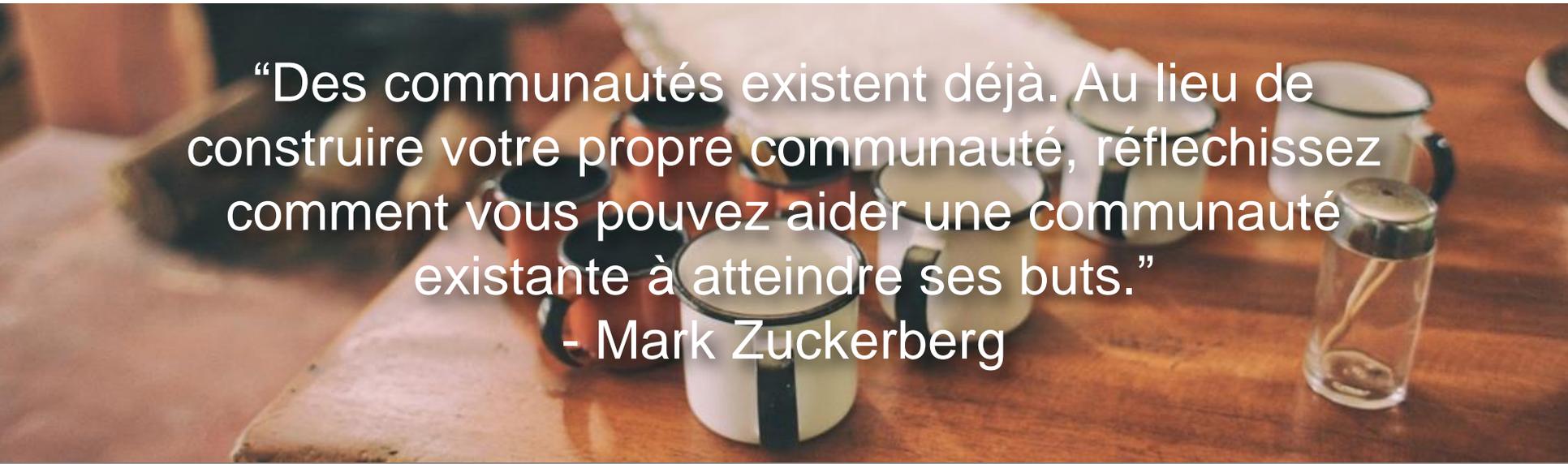
# 3. Partage des savoirs

- Les projets d'externalisation ouverte (crowdsourcing) n'ont pas besoin d'être gros ou compliqués. Envisagez ces exemples:
  - Voter en faveur ou contre du contenu
  - Collaboration sur des documents partagés (e.g. Google Docs, etc.)
  - Correction d'erreurs et de coquilles

# Questions à prendre en compte

- Pour quelles tâches ai-je besoin d'aide?
- Qu'est ce qui serait possible si il y avait plus de monde pour me prêter main forte?
- Quelles données sont déjà à notre disponibilité?

# 4. Développer une communauté & un réseau social



“Des communautés existent déjà. Au lieu de construire votre propre communauté, réfléchissez comment vous pouvez aider une communauté existante à atteindre ses buts.”

- Mark Zuckerberg

LAUREN BACON

[laurenbacon.com](http://laurenbacon.com)

# 4. Développer une communauté & un réseau social

- Réseaux sociaux
- Outils de mobilisation
- Profils d'utilisateurs et connexions
- Conversations fédératrices
- Concours

# 4. Développer une communauté & un réseau social

- Commencez modestement:
  - Faites du postage croisé depuis votre publication habituelle vers Facebook, LinkedIn etc.
  - Fédérez une conversation sur Twitter avec un #hashtag (ex: #WEAADweekly)
  - Invitez vos alliés à un groupe en ligne et initiez des discussions

# Questions à prendre en compte

- Quels sont mes objectifs pour réseauter en ligne?
- Quels types d'action collective est-ce que j'encourage? (e.g. pétitions, lettres à un MP?)
- Avec quelle(s) plateforme(s) suis-je déjà à l'aise? Quelles sont les opportunités disponibles sur ces plateformes?

# 5. Financement & génération de recettes

“On devrait peut-être arrêter de se demander  
‘Comment *convaincre* le public de payer pour de la musique?’  
et commencer à se demander  
‘Comment est-ce qu’on les *laisse* payer pour de la musique?’”  
—Amanda Palmer



LAUREN BACON

laurenbacon.com

# 5. Financement & génération de recettes

- La collecte de fonds (et la vente) a toujours eu trait au développement de relations.
- La toile sociale repose aussi sur le relationnel.

# 5. Financement & génération de recettes

- Kiva.org: 1,3 million de membres actifs
  - Total des prêts: 709 millions \$
  - Taille moyenne d'un prêt: 416\$
- Kickstarter: 22,6 millions de promesses
  - Total des dons: 1.721.116.799\$
  - Don moyen: 76\$

# 5. Financement & génération de recettes

- Les sommes sont peut-être petites mais si vous atteignez le point de masse critique, le nombre de dons/promesses de don peut multiplier leur effet de façon significative.
- Conclusion à retenir: Bâissez votre communauté d'abord. Demandez de l'argent plus tard.

# Résumons

# Les outils doivent soutenir la mission.

- Tout le monde n'a pas besoin de tous les outils.
- Où est votre communauté?  
(Les données vous surprendront probablement)
- Sélectionnez les outils qui soutiennent votre mission.

# Focalisez votre approche

Écouter et participer	Comprendre votre secteur et ses intervenants
Narration	Interpeller les esprits et les coeurs
Partage du savoir	Mobiliser l'intelligence collective
Développement d'une communauté	Rentrer en contact avec vos pairs et sympathisants
Financement & génération de recettes	\$\$\$

# Mais aussi

- Prenez des risques, faites des erreurs et apprenez de vos erreurs
- Reprenez, mesurez, affinez et essayez à nouveau

# Restons en contact.

web: [www.laurenbacon.com](http://www.laurenbacon.com)

twitter: [@laurenbacon](https://twitter.com/laurenbacon)

email: [lb@laurenbacon.com](mailto:lb@laurenbacon.com)

# Les médias sociaux pour le bien social

Établir un cadre solide pour bien démarrer



Amy Juschka, Responsable du contenu strategique  
@amyjuschka  
[linkedin.com/in/amyjuschka](https://www.linkedin.com/in/amyjuschka)

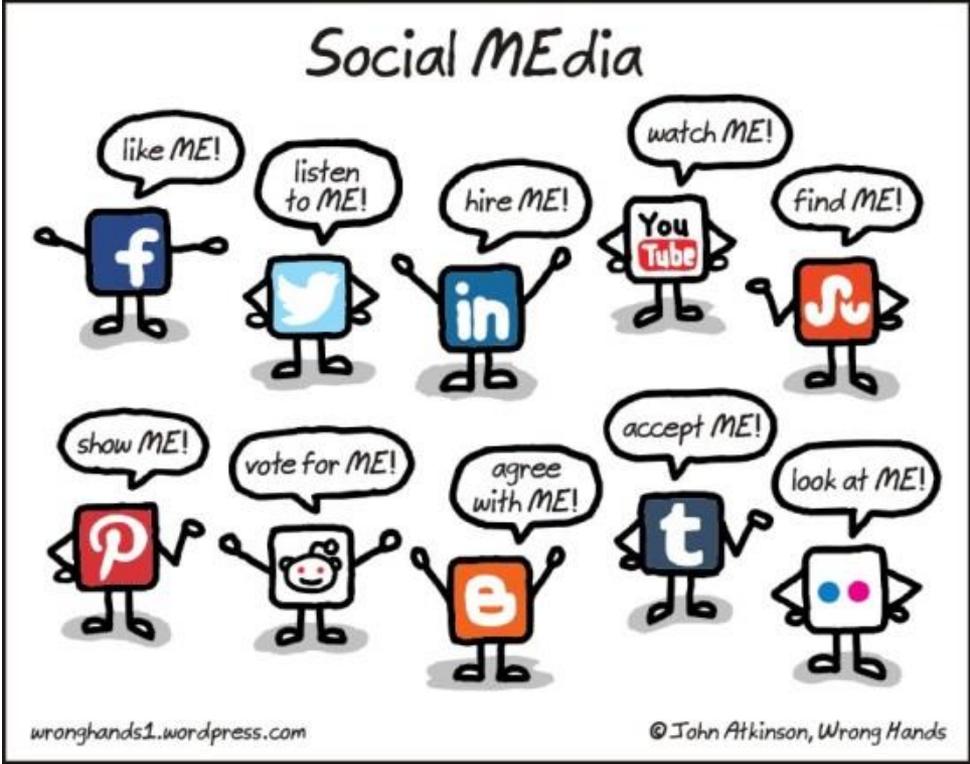


**Amy Juschka,**

**Responsable du contenu multimédia et  
stratégique  
YWCA Métro Vancouver**

# YWCA Metro Vancouver

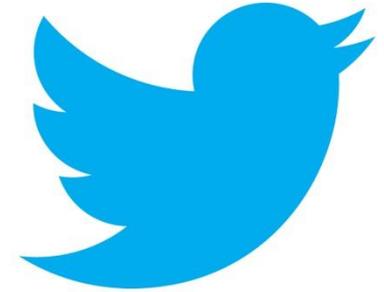




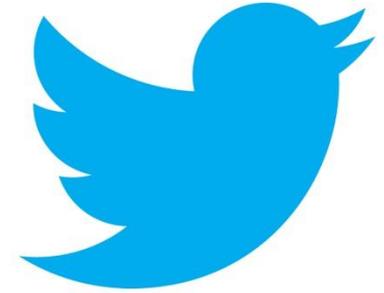


## Aujourd'hui:

- Réseaux sociaux – vue d'ensemble
- Mettre en place votre infrastructure
- Fixer des buts S.M.A.R.T (spécifiques, mesurables, adéquats, réalistes, temporels)
- Contenu stratégique
- Que contrôler et comment? (en 10 minutes par jour)



Twitter
<p>#Communiquez et restez #connectés avec vos abonnés par des mises à jour rapides et fréquentes de 140 caractères ou moins</p> <p>← ↻ ★ ...</p>
<p>Est devenu un réseau de #partagedelien même si c'est aussi une plateforme de #microblogging</p> <p>← ↻ ★ ...</p>
<p>Un #gazouillis est l'expression d'un #moment ou d'une #idée. Il peut contenir #texte #photos et #vidéos.</p> <p>← ↻ ★ ...</p>



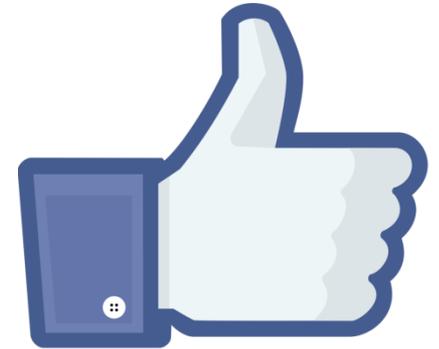
## Twitter:

↩ **RÉPONDRE:** Faire un commentaire à propos d'un gazouillis et rejoindre une conversation

↻ **RETWEETER:** Partager un gazouillis avec vos abonnés. Vous pouvez aussi rajouter votre commentaire avant de partager.

★ **FAVORI:** Favoriser un gazouillis pour informer son auteur que vous l'appréciez.

**HASHTAG:** Un hashtag assigne un thème à un gazouillis. Par exemple, un gazouillis qui contient #maltraitancedesaînés a trait à ce sujet. Cliquez sur le hashtag pour voir tous les gazouillis reliés à ce thème.



## Facebook:

- Où on retrouve amis, fans, clients et critiques
- Affichez des questions, commentaires et observations
- Les fans peuvent interagir entre eux, mais réagiront principalement à votre contenu.
- Personnalisez votre page en ajoutant des photos, en affichant des histoires intéressantes, en partageant des graphiques et plus encore.



## LinkedIn:

- Réseautage
- Recrutement
- Vente sociale
- Promotion de contenu
- Générer des leaders de la pensée



## YWCA:

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Blog
- MailChimp

A construction site at sunset. Two large tower cranes are visible against the sky. The building's steel frame is partially visible in the lower right. The sun is low on the horizon, creating a warm glow.

# INFRASTRUCTURE

# SETTING GOALS

SMART

SPECIFIC

TIME  
BOND

MEASURABLE

RELEVANT

ATTAINABLE

A vintage black typewriter is positioned on a dark wooden desk. The typewriter is angled towards the bottom right. Three crumpled white paper balls are scattered on the desk: one on the left, one at the top center, and one at the top right. The word "CONTENU" is printed in large, white, sans-serif capital letters across the center of the typewriter's keyboard area.

# CONTENU

Nous partagerons quotidiennement un mélange de contenu original et sélectionné dont des articles de blogs, photos, fichiers son et vidéo, récits, infographiques, articles d'intérêt et recherches récentes.

Nous serons les défenseurs de l'égalité pour les femmes mais nous établirons toujours une connexion avec une vision plus large. L'égalité pour les femmes n'est pas juste à propos des femmes, cela a aussi à voir avec une économie plus solide et une société plus saine. C'est aussi à propos des hommes et des femmes travaillant ensemble vers un but commun.

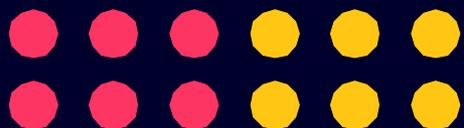
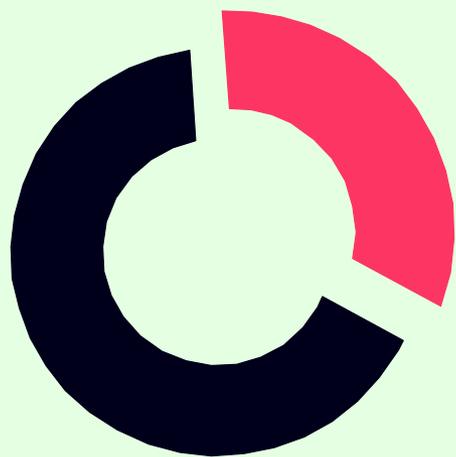
Créer et générer un contenu organisé qui établit un rapport clair entre l'égalité pour les femmes et une communauté saine et vibrante, qui humanise notre travail et qui inspire les résidents de Vancouver à passer à l'action.

Même si nous faisons partie d'un mouvement mondial, notre contenu s'adresse aux résidents de la ville de Vancouver. Nous continuerons à discuter de sujets internationaux mais nous expliquerons à nos abonnés en quoi cela est relié à notre activité locale.

Sans la participation d'êtres humains, notre travail n'a aucun sens! Nous donnerons une dimension humaine à notre travail en montrant l'impact qu'il a sur des particuliers et en mettant en avant les gens qui font une différence dans leurs vies (employés, bénévoles, donateurs) .

Nous traitons de sujets qui sont parfois durs mais nous ne voulons pas que notre audience se sente découragée. Notre contenu sera positif, inspirant et focalisé sur le passage à l'action..

# CONTRÔLE





**KEEP  
CALM  
AND  
RESPOND**

Nous  
changeons des  
vies depuis 1897.



CANADIAN NETWORK *for*  
the PREVENTION of ELDER ABUSE

RÉSEAU CANADIEN *pour la* PRÉVENTION  
du MAUVAIS TRAITEMENT des AÎNÉS

CONNECTEZ AVEC LE RCPMTA AUJOURD'HUI

Blog: [www.cnpea.ca](http://www.cnpea.ca)

Twitter: [@rcpmta](https://twitter.com/rcpmta)

Facebook: [facebook.com/cnpea](https://facebook.com/cnpea)

Email: [cnpea1@gmail.com](mailto:cnpea1@gmail.com)

Notre **Projet de partage des savoirs** est presque prêt!  
**Notre nouveau site sera disponible le 1er sept. 2015!**

Vous y trouverez encore plus de ressources, d'outils et  
d'articles sur [www.cnpea.ca](http://www.cnpea.ca)

# Commentaires

Qu'est ce que vous pensez de tout ça?

Prenez un instant pour répondre à quelques questions sur votre expérience de ce webinaire

<http://fluidsurveys.com/surveys/cnpea/webinaire-rcpmta-enquete-de-satisfaction/>