



Ressource : les canaux de communication



Dans cette fiche ressource, je vous propose un récapitulatif des grands types de canaux de communication et à quoi ils peuvent servir. Ensuite, je vous présente brièvement les canaux les plus connus au moment de la création de cette fiche et les objectifs qu'ils peuvent remplir.

Si vous êtes artiste, créatif.ve indépendant.e et que vous réfléchissez aux canaux à travers lesquels communiquer sur vos créations, cette fiche vous offrira des pistes de réflexion pour choisir où aller et sur quel type de contenu vous concentrer.

NOTE : cette fiche n'est pas complète ni exhaustive. Le but est surtout de vous familiariser avec les options qui s'offrent à vous si vous réfléchissez aux canaux de communication que vous souhaitez développer, que ce soit en tant que personne privée ou pour votre identité publique.

Deux grands types de canaux



Pour simplifier, on peut dire qu'il existe deux grands types de canaux de communication, qui remplissent deux objectifs différents :

- ▼ **Les canaux "de contenu"**, dont le but premier est de diffuser un contenu que vous créez (texte, audio, vidéo...)
- ▼ **Les canaux "de partage"**, dont le but premier est d'échanger, de faire connaître un contenu, trouver un public ou encore créer une communauté.

Certaines plateformes remplissent les deux objectifs à la fois : par exemple YouTube est à la fois un canal de contenu pour diffuser des vidéos, mais aussi un canal de partage pour trouver des spectateurs et spectatrices pour ces vidéos.

Malgré ces nuances, cette grande séparation est un début pour choisir vos canaux de communication en fonction de vos objectifs principaux : cherchez-vous un endroit où héberger et diffuser du contenu, ou cherchez-vous une communauté, du lien, une audience?



Propriétaires ou externes ?



Enfin, une autre distinction intéressante à garder en tête lorsque vous choisissez vos canaux de communication, c'est de savoir si le canal est propriétaire ou externe :

- ▼ **Les canaux "propriétaires"** vous appartiennent à 100% tant que vous renouvelez l'hébergement. Personne ne peut bloquer vos publications ou faire fermer votre compte tant que vous êtes dans la légalité.
- ▼ **Les canaux "externes"** appartiennent à une entreprise ou structure et vous ne faites qu'utiliser leur service. Du jour au lendemain, la présentation de votre page peut changer, ainsi que les conditions d'utilisation, les options disponibles etc.

L'avantage des canaux propriétaires, c'est que c'est "chez vous". **Personne ne peut venir changer les conditions d'utilisation, bannir votre compte ou changer les options disponibles à votre désavantage.**

Mais vous allez devoir faire le travail d'amener des gens sur votre canal, que ce soit via les moteurs de recherche ou en partageant votre contenu sur des canaux "de partage".

L'avantage des canaux externes, c'est qu'ils fournissent en général les solutions clé en main, la plupart du temps gratuitement (quoique pas toujours), et vous donnent **accès à une communauté d'autres utilisateurs et utilisatrices du même canal, vous rendant ainsi plus facile à trouver.**

L'inconvénient, c'est que vous êtes tributaire du propriétaire du canal et que vous pourriez perdre vos publications et votre audience du jour au lendemain,



si vous êtes banni(e), si le service perd en popularité ou s'il ferme, par exemple.

Il n'y a pas objectivement de solution meilleure qu'une autre : tout dépend de vos objectifs et de vos valeurs par rapport à celles des entreprises qui possèdent les canaux externes.

Comment choisir vos canaux ?



Il existe plein de paramètres à prendre en compte, et je ne peux pas tout couvrir en une seule fiche, mais voici quelques pistes de réflexion pour commencer.

Cherchez-vous à diffuser un contenu créé par vos soins, ou à trouver un public avant tout?

Cela vous permettra de choisir entre canaux de contenu et canaux de partage. Bien souvent, nous en avons au moins un de chaque : un canal de contenu pour mettre nos créations à disposition, et un canal de partage pour les faire connaître.

Quel est votre public et où se trouve-t-il?

Si votre but est de rester connecté(e) à vos amis, alors rejoignez le(s) réseau(x) sur le(s)quel(s) ils et elles se trouvent. Si vous recherchez un public, une audience, des patients ou clients, demandez-vous où se trouvent ces personnes? Par exemple, les amateurs d'arts illustratifs privilégient Instagram puisque le réseau est basé sur le partage d'images.



Combien de temps pouvez-vous y consacrer?

Certains canaux prennent quelques minutes, comme twitter et ses messages de 280 caractères. D'autres nécessitent du temps et des compétences, comme de créer des vidéos sur YouTube ou des photos pour Instagram.

À vous de choisir combien de canaux investir et lesquels en fonction de votre temps et de vos compétences.

Enfin, dans tous les cas, je vous invite vivement à choisir des canaux qui vous 'parlent', qui vous "font oui" comme diraient les Québécois.

Si vous cherchez à créer un lien authentique avec vos proches ou votre public, je pense essentiel que vous soyez à l'aise avec le canal ou les canaux que vous allez choisir.

Donc, peu importent les conseils de cette fiche ou de toute autre ressource : si le canal ne vous intéresse pas et que vous devez vous forcer à l'utiliser, c'est peut-être que ce n'est pas le bon pour vous.



Petite liste non exhaustive de canaux



Voici une liste de base des grands canaux (2019) et de l'usage qu'ils peuvent avoir pour lancer votre réflexion.

- ▼ **SITE INTERNET** : Canal de contenu / propriétaire. C'est votre espace à vous, où vous pouvez partager tout ce que vous voulez, comme vous voulez.

C'est idéal pour servir de référence pour du contenu à durer des années, et pour rassembler toutes les infos utiles que le public pourrait chercher sur vous ou vos créations. En revanche, mis à part pour certaines plateformes de blog gratuites, créer son propre site et en être entièrement maître.sse nécessite un hébergement payant.

- ▼ **NEWSLETTER** : Canal de partage / propriétaire. Assurez- vous de bien choisir un service qui vous laisse récupérer votre liste de contacts, sinon il perd l'intérêt "propriétaire".

L'avantage de la newsletter, c'est que vous avez un accès **direct et stable aux personnes qui s'intéressent à ce que vous faites**. Les réseaux sociaux vont et viennent, mais on a tendance à garder longtemps la même adresse e-mail.

La newsletter est un outil idéal pour rassembler un public vraiment engagé, mais créer votre liste prend du temps et nécessite de la communication via d'autres canaux de partage pour "trouver" ce public.

- ▼ **YOUTUBE** : Canal de contenu ET partage / externe. YouTube est très intéressant si vous êtes à l'aise avec le format vidéo et si votre



contenu est pertinent à partager de cette manière. La vidéo étant très en vogue, c'est un très bon moyen de trouver une communauté et se faire connaître, à condition d'être patient et régulier : à moins d'avoir un coup de pouce d'un vidéaste connu, il faut publier toutes les semaines pendant plusieurs mois (voire années) pour rassembler une audience suffisante.

- ▼ **FACEBOOK** - réseau social de partage, externe. Facebook reste le canal avec le plus d'utilisateurs à ce jour, mais il est en perte de vitesse, surtout auprès des plus jeunes générations.

Contraignant, il pose beaucoup de limites sur les pages (notamment ne vous permet pas de changer le nom librement...) et leur système d'algorithme fait qu'aujourd'hui, **à moins de payer de la pub, il est difficile de rassembler une audience autour d'une page.**

Si vous êtes solopreneur ou artiste, autant créer un compte public plutôt qu'une page. Vous pouvez aussi choisir d'avoir une page où publier le lien vers votre contenu, uniquement pour être "trouvable" sur Facebook pour les gens qui s'informent via ce réseau, sans forcément chercher une nouvelle audience avec.

Facebook permet aussi de créer et entretenir une communauté privée via les "groupes".

- ▼ **TWITTER** : réseau social de partage/externe. Twitter est un réseau social de "microblogging" où vous pouvez poster des messages de 280 caractères maximum, avec lien, image et/ou vidéo.

C'est un réseau très instantané même si le flux est maintenant doté d'un algorithme, et permet d'être au courant des dernières tendances. C'est aussi **un bon réseau pour suivre plusieurs membres d'une communauté autour d'une industrie ou d'un**



centre d'intérêt (ex. jeu vidéo, écrivains...) et avoir des discussions 1:1 avec des personnes de cette communauté, poser des questions et rencontrer des gens aux intérêts communs.

Attention toutefois, **les débats peuvent vite dégénérer à cause du format court** : ce n'est pas fait pour développer des idées complexes.

C'est aussi un bon réseau pour faire de la veille sur des sujets précis en suivant des personnes, ou des mot-clés.

- ▼ **INSTAGRAM** : réseau social de partage/externe. Instagram est un réseau basé sur l'image, **pertinent pour des amateurs de dessin, photographie et autres arts visuels.**

C'est aussi un excellent réseau pour transmettre une ambiance, un univers à travers un choix de sujets de photo, de couleurs etc.

Par exemple, Instagram est idéal pour des artistes ou des petits créateurs et créatrices pour montrer leurs produits en cours de création, le "mood" de leur marque ou univers...

C'est une communauté ouverte et positive qui permet aussi de rassembler une audience aux valeurs similaires.

En revanche, ce canal nécessite un minimum de **sensibilité visuelle et de temps** pour créer les images à partager.

- ▼ **PINTEREST** : réseau social/moteur de recherche visuel de partage, externe. Pinterest est un peu particulier : à l'origine, c'est un canal qui permet de rechercher et épingler des ressources, astuces, DIY et inspirations.

En tant qu'utilisateurs et utilisatrices, vous pouvez rassembler des inspirations visuelles par thème, par exemple pour refaire votre



déco, trouver des recettes de saison, des œuvres d'art inspirantes ou créer des "tableaux d'ambiance" ou mood boards.

Côté création, c'est un réseau intéressant si vous créez du contenu de type tutorial ou visuel, pour que des personnes trouvent votre contenu à partir de l'image épinglée sur Pinterest. C'est un contenu longue durée, idéal pour partager un contenu qui reste longtemps valide (tuto, recette...).

Par contre il y a très peu d'interactions directement sur la plateforme : ce n'est pas un réseau social mais un moyen de ramener le public vers votre canal de contenu.

▼ **SNAPCHAT** : réseau social de partage, externe. Snapchat est un réseau essentiellement basé sur la vidéo, pour partager des contenus instantanés et de courte durée, par exemple des coulisses. Le public est plutôt jeune, et pour être honnête je n'utilise pas ce réseau donc je ne peux pas en dire plus dessus :)

▼ **TUMBLR, MEDIUM** et autres plateformes de blogging externes - contenu et partage, externe. Ce type de plateforme permet d'avoir un blog où partager du contenu long (textes, images), mais sans avoir de site web à soi.

L'avantage, c'est que vous pouvez bloguer en cherchant une communauté directement sur le canal, mais le canal ne vous appartient pas.

Du jour au lendemain, les conditions d'utilisation ou les options peuvent changer (comme Medium devenu récemment payant, ou Tumblr qui a banni les contenus sexuels du jour au lendemain, au grand dam des artistes érotiques).

▼ **DISCORD** : canal de partage, externe. Discord est le canal par excellence pour **rassembler une communauté et créer du lien avec vous mais aussi entre eux.**

Ça sert de ressource pour échanger en direct avec les personnes qui s'intéressent le plus à vos activités, mais aussi pour encourager l'entraide entre les membres de la communauté. Ça remplace de plus en plus les forums à l'ancienne et peut être très pertinent si vous proposez des services qui nécessitent du suivi, des réponses aux questions etc.

- ▼ **MASTODON** et autres canaux "fédiverse", partage, externe: Mastodon est une sorte de Twitter libre - fonctionnant par instances, il permet la discussion et le partage à la manière de Twitter, mais sans avoir une entreprise privée qui possède toutes les données et qui régit les conditions d'utilisation.

C'est une alternative intéressante aux canaux de partage privés dont le but est de vendre nos données et nous faire de la pub, mais il y a beaucoup moins d'utilisateurs sur Mastodon que sur Twitter par exemple.

C'est une alternative intéressante si vous décidez de boycotter les "réseaux commerciaux".



Merci d'avoir lu cette fiche gratuite !

N'hésitez pas à la partager avec d'autres personnes qui pourraient la trouver utile, mais je vous invite à la garder pour un usage personnel et non commercial.

Pour rester en contact, être au courant de ce que je propose sans le filtre des algorithmes et recevoir des idées créatives, optimistes et slow chaque semaine :

<https://florieteller.com/lettre/>

Pour d'autres ressources gratuites : <https://florieteller.com/ressources/>

Pour soutenir mon art et les contenus gratuits : <https://www.patreon.com/florieteller>

Pour suivre les contenus que je propose :

Articles - <https://florieteller.com/blog/>

Podcast - <https://florieteller.com/podcast/>

Vidéos - https://www.youtube.com/channel/UCSwIDTPJmrwzDe6US-ptO_Q



Florie is a storyteller...

Florie Vine est une artiste plurielle et mentor créative. Elle écrit de la fiction cosy & optimiste et des poèmes sur les joies minuscules de la vie. Elle peint des aquarelles inspirées par les planètes et la géométrie organique de la nature. Florie propose aussi des outils créatifs pour explorer notre vie intérieure.

Vous pouvez retrouver ces ressources slow, créatives et optimistes sur son blog, en podcast et en vidéo.



 <https://florieteller.com/>

 hello@florieteller.com

 [@florieteller](https://www.instagram.com/florieteller)