

LES 25<sup>E</sup> ENTRETIENS DU CENTRE JACQUES CARTIER

Les **JEUNES**

et la **sécurité routière**

20 ET 21  
NOVEMBRE  
2012

Partenaires de l'événement



IFSTTAR



SÉCURITÉ ROUTIÈRE  
TOUS RESPONSABLES



Québec   
• Ministère des Transports  
• Société de l'assurance automobile



# Incursion dans les médias sociaux

par

Lyne Vézina

Société de l'assurance automobile du Québec

Lyon – 21 novembre 2012

# Introduction



## Mandat de la SAAQ :

- Protéger la personne contre les risques liés à l'usage de la route.

# Introduction



À la SAAQ, plusieurs secteurs d'activité pour communiquer avec les différents partenaires et clientèles :

- Fonds d'assurance
- Accès au réseau routier
- Contrôle routier
- Sécurité routière

# Introduction



En matière de sécurité routière, la SAAQ concentrait ses activités de sensibilisation sur :

- Ses campagnes (médias de masse, activités terrain et en milieu scolaire);
- Son site Web.

# Médias sociaux : un incontournable

Le virage vers les médias sociaux s'imposait :

- Le Web 2.0 gagnait en popularité auprès de la population, surtout auprès des jeunes.
- Les médias sociaux représentaient un nouveau mode de communication et de diffusion.
- Il fallait une approche novatrice et complémentaire aux autres actions de communication.

# Médias sociaux : un incontournable

- Sans y participer, la SAAQ était présente malgré tout sur les médias sociaux, car elle faisait souvent l'objet de discussions.
- Une communauté d'internautes sensibles à la sécurité routière existait déjà sur les médias sociaux.



# Médias sociaux : les conditions gagnantes

- Engager une ressource à temps plein.
- Choisir les bons canaux et plateformes prêts à accueillir les adeptes et participants positifs.  
Nos choix : Facebook, Twitter et YouTube.
- Miser sur un seul sujet : la sécurité routière.





# Médias sociaux : les conditions gagnantes

- Adopter une politique éditoriale pour encadrer notre présence sur les médias sociaux.
- Avoir un processus d'approbation rapide à l'interne.



# Médias sociaux : les pièges



## Les pièges à éviter :

- Ne pas avoir de stratégie.
- Utiliser la langue de bois et ne pas écouter les internautes.
- S'en tenir aux chiffres, aux statistiques.

# Médias sociaux : les pièges



- Ne pas être authentique (transparent) ou retenir de l'information.
- Ne pas participer.
- Faire une chasse aux abonnés et se mêler de toutes les conversations.
- Se lancer sur toutes les plateformes existantes.

# Médias sociaux : les pièges

- Ne pas former l'employé responsable de gérer la présence de l'organisation sur les médias sociaux.
- Publier d'abord, réfléchir ensuite.
- Ignorer les analyses.

# Médias sociaux : les pièges



- Abandonner sa communauté en cours de route parce que le temps et les ressources nécessaires ont été sous-estimés, en pensant revenir plus tard.

# Médias sociaux : un animateur

Condition « essentielle » pour assurer le succès de toute cette stratégie :

- Réserver une ressource à temps complet pour animer la communauté sur les médias sociaux.



# Médias sociaux : un animateur

## Son rôle :

- Se familiariser avec la communauté et se préparer.
- Développer une communication bidirectionnelle.
- Construire une communauté d'intérêts qui est engagée envers la sécurité routière.



# Médias sociaux : des opportunités

Présent sur les médias sociaux pour :

- Débattre de sécurité routière.
- Promouvoir les initiatives locales en sécurité routière.
- Prendre le pouls de la population.
- Engager la conversation, notamment avec les jeunes conducteurs.



# Médias sociaux : des opportunités

- Donner un souffle différent à nos campagnes de sensibilisation.
- Être transparent et spontané.
- Être cohérent entre les divers canaux de la SAAQ.
- Corriger le tir.

# Médias sociaux : notre présence

- Depuis avril 2011.
- Axe d'intervention principal : la sécurité routière et un peu de service à la clientèle.
- Miser sur la qualité des échanges avec les abonnés plutôt que sur la quantité d'abonnés.



# Médias sociaux : notre présence

- Objectif : atteindre un auditoire qui permet d'augmenter la portée de nos messages de sensibilisation.



# Médias sociaux : nos succès

Dans la liste des bons coups :

- Campagne *Le prix de la vie*, mai 2011.
- Campagne *Au volant, on ne texte pas*, septembre 2012.
- Propager les bonnes idées de la communauté en sécurité routière.

# Médias sociaux : notre constat

- Chaque jour, nous constatons les avantages de faire partie de la conversation.
- Il vaut mieux être actif, voire proactif, que d'être passif.
- Nous avons posé les premiers jalons d'une vitrine de prévention en sécurité routière.





Merci de votre attention.