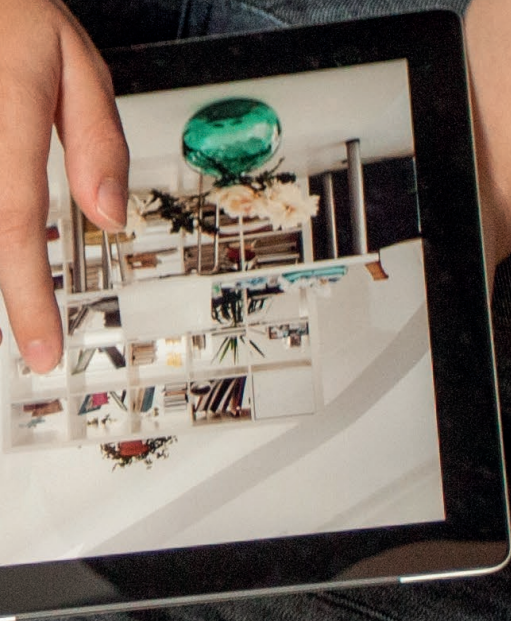


Social media guidelines



#1 Avant- propos

Les réseaux sociaux ont bouleversé notre façon de communiquer au quotidien : avec nos amis, notre famille et même dans notre rapport aux marques. Une révolution numérique dont Orange a su saisir le sens, en devenant un acteur majeur de l'écosystème Internet.



Tout d'abord comme fournisseur de réseau, de services et de contenus digitaux, mais aussi en tant que marque prenant part aux conversations et en étant à l'écoute de ses clients et de son environnement.

Prendre part aux conversations en ligne peut présenter de réels avantages pour les salariés d'Orange. Possibilités que nous vous encourageons et aidons à déployer.

Les médias sociaux ont changé la façon dont nous travaillons, dont nous communiquons tant à titre personnel qu'à titre professionnel, offrant un nouveau modèle de conversations auprès de nos clients, nos collègues nos publics.

Chez Orange, nous pensons que ces interactions peuvent vous aider à renforcer vos relations mais aussi vos connaissances.

Les réseaux sociaux permettent aujourd'hui à chacun d'entre vous d'échanger sur vos métiers et plus largement, sur tous les sujets qui vous tiennent à cœur.

Connaissez-vous le SOLOMO ?

Les réseaux sociaux :



Cette “ culture smartphone “ impacte considérablement la relation entre les clients et les marques, obligeant ces dernières à réinventer constamment une communication cohérente et adaptée sur tous les écrans.

Pour les marques, l'enjeu est donc double : élaborer une stratégie globale tout en respectant le besoin local, on parle ainsi de vision “ Glocal “

Comment protéger efficacement votre vie privée ? Quels sont les bons réflexes à adopter pour se démarquer professionnellement ? Ce document vous accompagnera dans vos premiers pas sur les réseaux sociaux.



#2 Ouvrir des comptes personnels

Vous utilisez déjà les réseaux sociaux ? Soigner son identité et son image en ligne est primordial pour vous protéger sur ces plateformes. Sur internet, les réputations se font et se défont très vite !

Tout ce que vous partagez qu'il s'agisse de photos, de vidéos ou d'informations est conservé et peut vite jouer en votre défaveur.

Focus sur l'utilisation personnelle des réseaux sociaux en situation professionnelle

L'usage des réseaux sociaux à titre privé est toléré dans la mesure où il est raisonnable, au même titre que l'usage du courrier électronique ou du téléphone.

Les réseaux sociaux sont également des outils utiles dans la vie professionnelle.

Ils peuvent vous servir à construire et à entretenir un solide réseau professionnel.

Mais ils vous seront également utiles pour mettre en place une veille ciblée sur un secteur ou un service, pour répondre aux clients, consulter leurs avis sur une offre ou un service et même dans certains cas, à saisir des opportunités business.

**Sachez
cloisonner
vos comptes
personnels
des comptes
professionnels.**





#3 Les médias sociaux, un atout professionnel

Comprendre, connaître, utiliser et échanger sur les réseaux sociaux est une possibilité offerte à chacun d'entre nous, que vous soyez communicant ou non.

En effet, les médias sociaux sont un véritable accélérateur social, mettant en relation des milliers d'individus, dont les centres d'intérêts sont communs.

Saisir l'opportunité des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux offrent aujourd'hui l'accès à une multitude d'informations concernant votre métier.

Il peut s'agir de :

- **Faire de la veille sur des sujets variés** (aussi bien sur l'évolution d'un métier que d'un secteur)
- **Observer les tendances** et l'évolution des usages sur l'actualité et l'image des entreprises
- **Écouter les retours** des utilisateurs sur des produits et sur la concurrence
- **Assister à des conférences** en ligne
- **Faire des présentations** professionnelles
- **Accéder à des forums** professionnels
- **Rencontrer** vos pairs afin d'échanger.

Le Groupe met à votre disposition des réseaux sociaux internes que vous pouvez utiliser pour maintenir le lien avec vos collègues.

Partager vos expertises respectives.

C'est ainsi que vous pouvez échanger vos idées, vos opinions, vos réussites avec vos collègues de façon simplifiée et centralisée.

Ils permettent aussi d'enrichir votre propre expérience, en développant de contacts experts au sein même du Groupe.



#4 Comptes personnels à usage professionnel

Vous pouvez créer plusieurs comptes sur les réseaux sociaux. Comme évoqué précédemment il est conseillé de bien séparer les usages personnels et professionnels. Vous pouvez ainsi avoir un profil Facebook que vous utilisez avec vos amis et votre famille et un profil Facebook dédié au développement de vos relations professionnelles ou bien votre veille.

Chez Orange, nous encourageons la création de comptes personnels pour les collaborateurs.

Cependant, celle-ci requiert certaines règles qu'il convient de respecter afin d'investir les plateformes sociales de façon optimale.

En voici quelques principes simples :

Recommandation adresse email

Nous vous recommandons de créer un compte avec **une adresse mail personnelle et de bien renseigner votre profil**. L'identité visuelle de votre compte est également très importante. Mais attention, la photo de profil que vous choisirez doit être libre de droit et convenable. Nous n'autorisons pas l'utilisation du logo du Groupe, afin de bien séparer les comptes officiels des comptes créés par les collaborateurs.

Choix du nom d'utilisateur

Tout comme l'identité visuelle, le nom d'utilisateur ne doit pas être lié à la marque Orange. Optez pour un pseudonyme approprié à un usage professionnel qui pourra prendre la forme suivante par exemple : **Albert Dupond, @adupond**, etc. Dans la mesure du possible, conservez le même nom d'utilisateur sur les différents réseaux.

Biographie et description

Vous pouvez bien évidemment préciser votre fonction au sein du Groupe et en prenant soin d'ajouter la mention : *"mes propos n'engagent que moi"*. Il s'agit d'un usage commun pour signifier qu'il ne s'agit pas d'un compte officiel. Cependant, attention, les internautes peuvent associer vos publications à l'entreprise et cette mention ne vous protège pas juridiquement.

Mot de passe

Soyez créatif ! Nous recommandons l'utilisation d'un mot de passe d'**au moins 10 caractères** mélangeant les majuscules et les minuscules, les chiffres et les lettres. Il est par ailleurs préférable d'utiliser un mot de passe différent pour chacun des comptes créés afin d'éviter qu'une personne malintentionnée ne pirate vos comptes.

Attention !

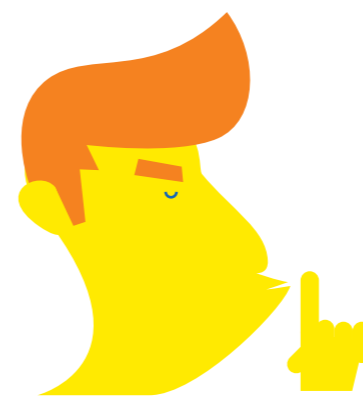
Les détournements des attributs de la marque (goodies, logo, boutiques etc.) sont à proscrire dans un cadre privé. L'utilisation du logo ou de tout élément de la marque se rattache à une charte précise, identifiée et claire.

#5 Les bonnes pratiques

La protection des données

La protection de vos données d'authentification (identifiants et mots de passe) et de vos données personnelles est essentielle.

Voici donc 4 astuces pour protéger votre réputation et votre vie privée :



Calibrez vos informations personnelles :
Ne renseignez que les informations réellement utiles pour la création de votre compte ou de votre profil
Par ailleurs, vous n'êtes souvent pas obligé de remplir tous les champs.



Evitez d'étaler vos opinions personnelles sur la place publique :
Nous vous recommandons de ne pas partager les informations telles que vos idées politiques, votre statut marital ou encore vos croyances religieuses.



Veillez à ne pas être suivi à la trace !
La majorité des applications ou téléphones vous suggèrent d'activer la géolocalisation. Nous vous recommandons de bien réfléchir avant d'activer cette option afin de protéger vos données sur les déplacements que vous pourrez effectuer.



Préservez votre vie privée :
Veillez à ne pas partager avec tous votre vie intime. Ce qui est partagé sur Internet et les réseaux sociaux ne vous appartient plus dès lors que ces informations ou bien ces photos sont en ligne. Partez du principe que tout ce que vous publiez pourrait être diffusé. Assumez-vous bien ces publications ?

Les 10 bonnes pratiques à respecter

1 Calibrez vos informations personnelles

Ne renseignez que les informations réellement utiles pour la création de votre compte ou de votre profil. Par ailleurs, vous n'êtes souvent pas obligé de remplir tous les champs.

2 Avant de publier, je vérifie les sources et l'exactitude des informations

Si besoin, j'en réfère à la Direction de la Communication de mon service. Quand vous parlez de l'entreprise, basez-vous autant que possible sur des contenus publiés sur des plateformes officielles.

3 Je reste courtois et poli

Les conflits se règlent en privé. N'hésitez pas à demander de l'aide si vous êtes pris à parti en tant que salarié Orange auprès de votre directeur de la communication

4 Je conserve un devoir de réserve et de confidentialité.

Les réseaux sociaux sont des espaces publics, il ne faut donc jamais publier une information interne ou confidentielle. Cela pourrait vous desservir. Pour être sûr qu'une information n'est pas interne, vérifiez qu'elle ait déjà été publiée sur un site officiel.

5 J'évite de publier des contenus privés sur des comptes à usage professionnel.

Votre réputation sur Internet et sur les réseaux sociaux est le miroir de votre image à la fois personnelle et professionnelle.

Veillez à vous protéger!

6 Je ne publie pas de contenus dénigrant l'entreprise

... le management, les salariés du Groupe ou encore les concurrents. Observer une posture loyale afin de vous protéger juridiquement.

7 Je n'hésite pas à reprendre des contenus publiés

... sur les comptes officiels du Groupe afin de nourrir mes réseaux sociaux.

8 J'adopte une attitude de transparence sur les réseaux sociaux.

Tout collaborateur se doit de décliner son identité et sa fonction professionnelle au sein du Groupe ou tout au moins son appartenance au Groupe.

9 Je ne cite pas mes collègues

Sur les réseaux sociaux sans obtenir leur accord préalable.

10 Je passe mon passeport Digital Academy

... afin d'accroître mes connaissances sur les réseaux sociaux!

Comment réagir face aux attaques contre la marque ?

1 Attitude à adopter face aux faux comptes Orange

Le Groupe est régulièrement plagié sur les réseaux sociaux.

De faux comptes se créent en utilisant la communication Orange (identité visuelle, logo, détournement de nom, de marque, etc.). Si au cours de votre navigation sur les réseaux sociaux, vous rencontrez ce qui vous paraît être des faux comptes, n'hésitez pas à relayer l'information à votre directeur de la communication et à prendre des captures d'écran de ces comptes.

2 Attitude à adopter lorsqu'un internaute diffame la marque

Il est important d'identifier qui est l'émetteur de ce message. En effet, l'émetteur est plus important que le message : est-ce une personne réelle avec un usage normal du réseau, un compte parodique ou un spam ? En cas de doute, n'hésitez pas à remonter l'information à la direction ainsi qu'au service de communication.

Dans tous les cas, évitez de prendre part à la conversation.

#6 Créer et gérer un compte officiel pour Orange

Vous souhaitez créer un compte officiel Orange dans le cadre de vos missions ?

Devenus de véritables vecteurs de communication, les comptes officiels permettent de fédérer le partage d'informations entre les différentes entités de l'entreprise et entre les communautés internes et externes. Un compte officiel est géré par un responsable d'Orange – ou filiale du Groupe - ou par une personne qui a reçu la délégation de la gestion de ce compte.

Création de comptes officiels

Si vous décelez l'opportunité et le besoin de créer un compte officiel Orange, et ce quelle que soit la plateforme sélectionnée, il conviendra d'en référer à la Direction de la Communication Corporate. La création de comptes officiels exige plusieurs prérequis qu'il convient de valider avant de prendre l'initiative de l'ouverture d'un compte

La Direction de la communication Corporate grâce à ses différents départements est la seule habilitée à valider la création de comptes officiels et est à même de vous accompagner dans cette démarche.

Seuls les comptes officiels sont habilités à utiliser les logos du Groupe et les noms de nos marques.



#7 Orange sur les réseaux sociaux

Le Groupe et les filiales ont une présence importante et active sur les différents réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ou encore Dailymotion et YouTube.

Chaque réseau dispose d'une ligne éditoriale et d'une cible particulière. Et si les messages sont différents d'un réseau à l'autre, ils permettent tous de créer du lien avec les multiples audiences présentes sur ces réseaux (clients, journalistes, blogueurs, ambassadeurs)

Vous trouverez à l'adresse suivante la présence globale de la marque Orange sur les réseaux sociaux :



<http://oran.ge/followus>

**Vous rapprocher
de l'essentiel**

