

MelJeanty & Co

Communication Digitale *pour les Églises*

WWW.MELJEANTYANDCO.COM



Hello...

Je m'appelle Mélissa Jeanty. Je suis Spécialiste en Marketing & Communication et fondatrice de **MelJeanty & Co**, où nous aidons nos clients et leurs marques à partager leur histoire à l'aide de photos, de vidéos, de site webs, de branding et des réseaux sociaux.

Je suis contente de pouvoir partager mes connaissances et expériences en Communication avec vous aujourd'hui.

Contenu

Évaluation 1

Branding 2

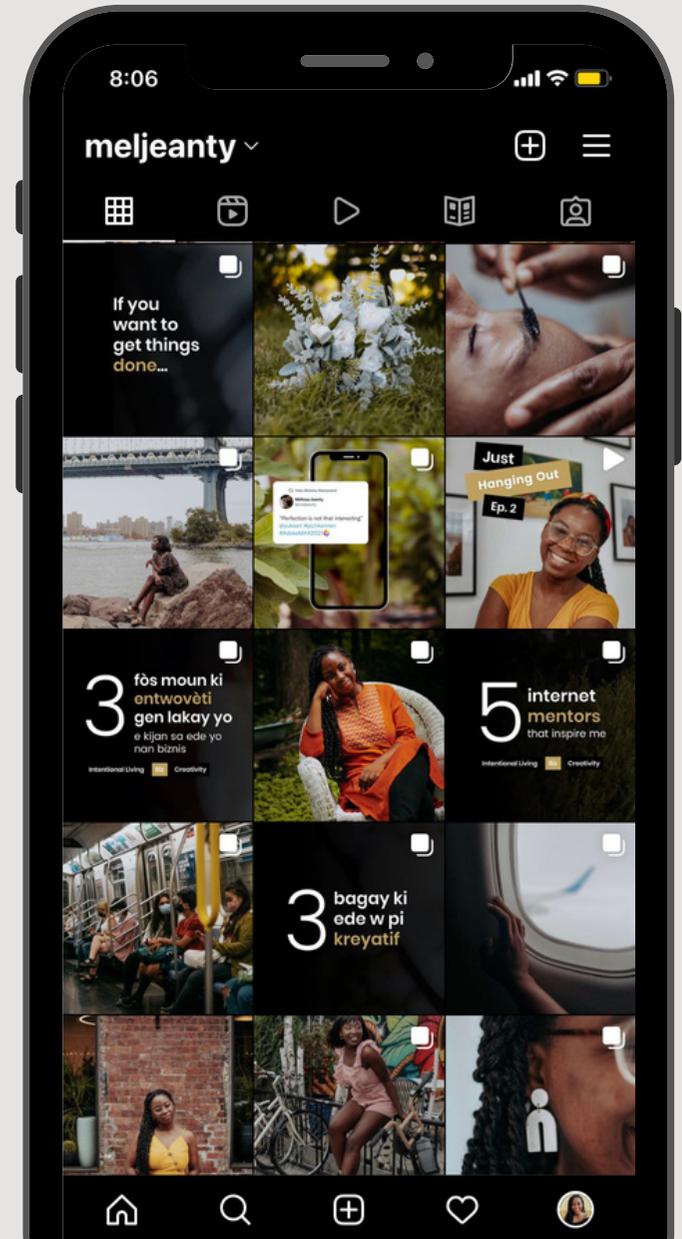
Stratégie 3

Planification 4

Création 5

Communauté 6

Boîte à Outils 7





**Qu'est-ce
que vous
voulez tirer
de cette
session?**

Évaluation

ÉQUIPE MULTIMÉDIA

Coordination

- Représentant du Leadership
- Responsable de Communication

Création

- Designer
- Photo-Vidéographe-Éditeur/trice
- Rédacteur/trice
- Créateur/trice - Porte-Parole

Évaluation

ÉQUIPE MULTIMÉDIA

Communauté

- Gestionnaire de Compte
- Gestionnaire de Communauté

Facultatif

- Technicien/ne de Livestream
- Designer/Gestionnaire de Site Web

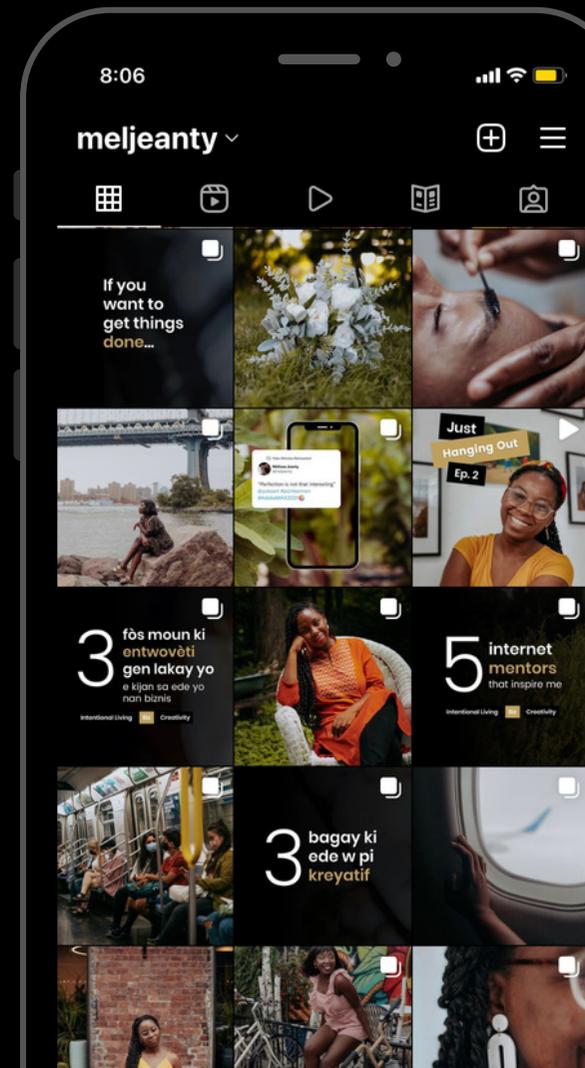
Évaluation

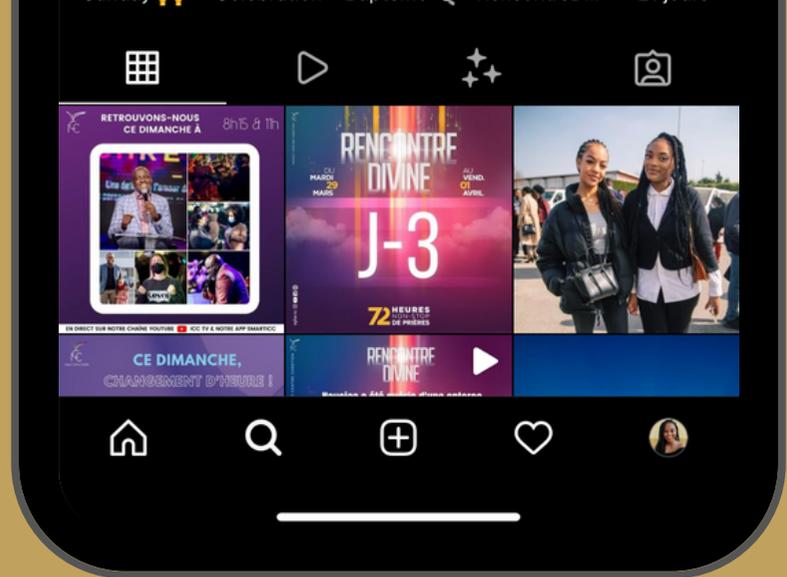
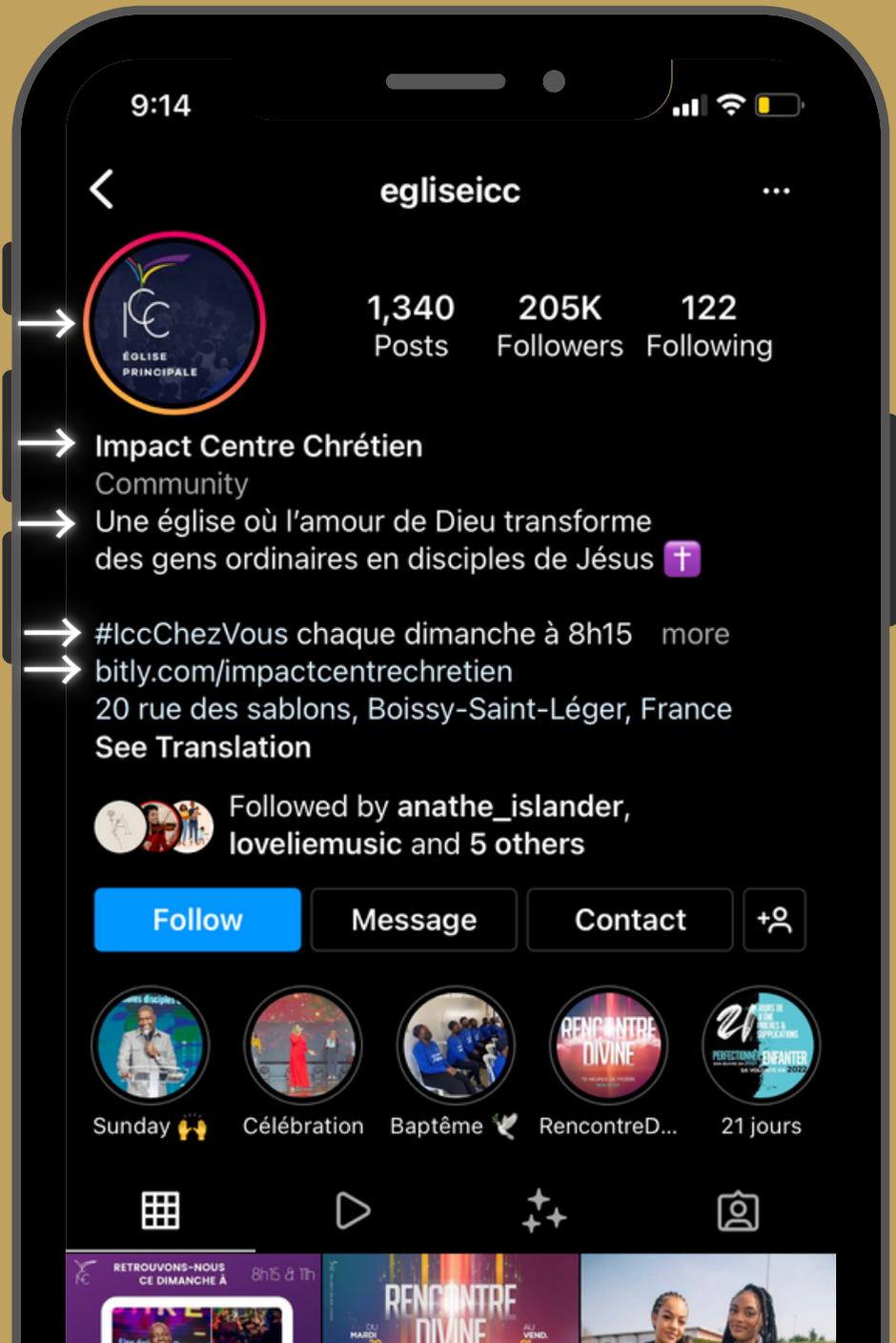
RÉSEAUX SOCIAUX

- Profil/À Propos
- Branding
- Engagement Rate:

$$\frac{\text{likes + commentaires}}{\text{followers}} \times 100$$

1-3% bien | 3-6% très bien





← logo

nom de la marque
offre + transformation
comment accéder
CTA

← lien dans la bio



Branding

PRATIQUE

Exercice

- Réfléchir/répondre aux 4 questions essentielles (5 minutes):
 - Qui sommes-nous? [PRÉSENTATION]
 - Que faisons-nous? [OFFRE]
 - Comment cela améliorera ta vie?
[TRANSFORMATION]
 - Comment y accéder? [CTA]

**Pourquoi
voulez-vous
une présence
sur les réseaux?**



Stratégie

EN THÉORIE...

- Déterminer son objectif et sa priorité pour la saison (mois/trimestre)
- Visualiser son public cible
- Clarifier sa présentation en ligne avec 4 questions (qui, quoi, pourquoi, comment)

Stratégie

PRATIQUE

Exercice

5 minutes, entre équipes, pour déterminer 1 objectif pour le trimestre qui vient

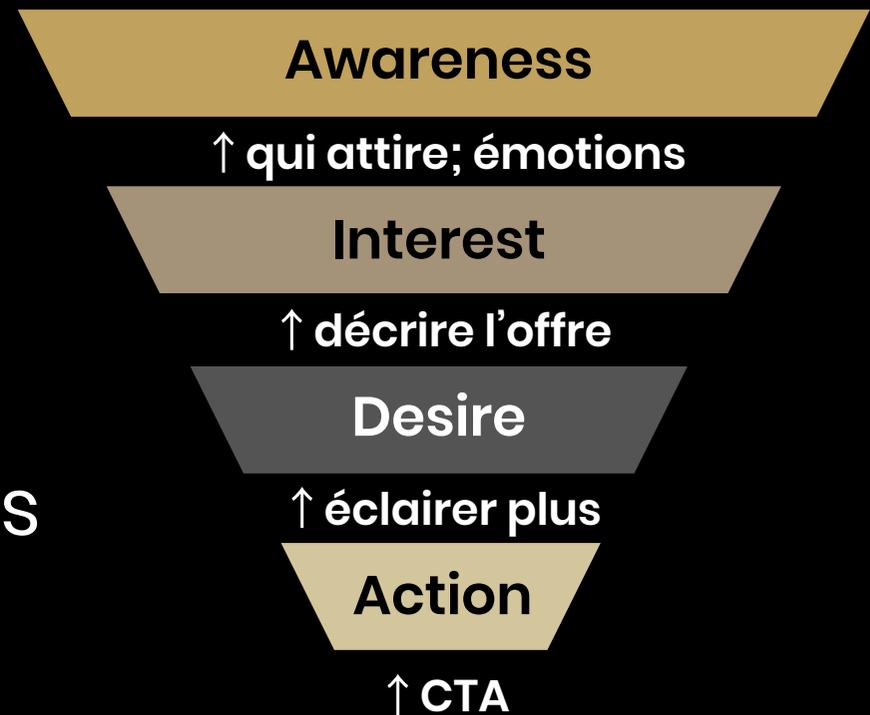
Marketing

STRATÉGIE

4 catégories
de contenus:

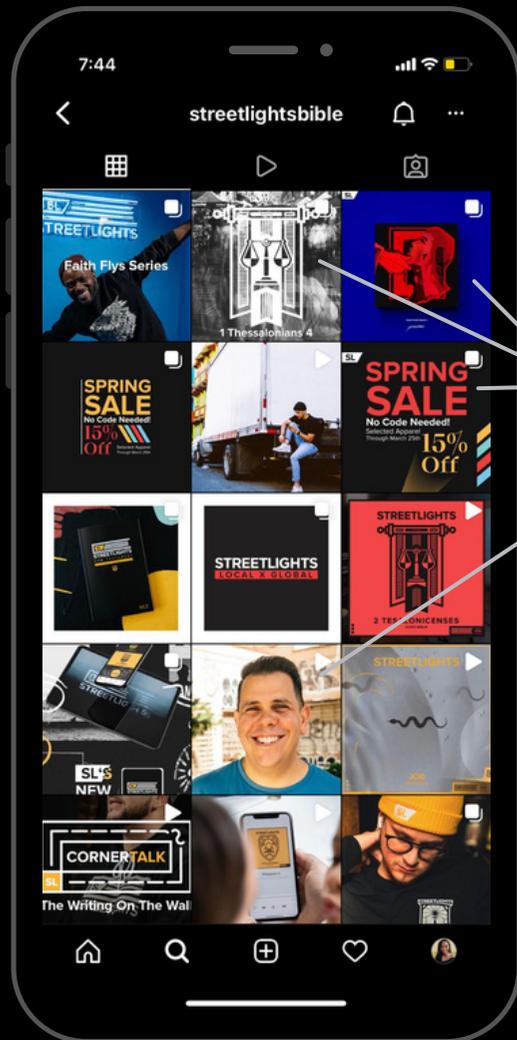
1. Attirer le public
2. Présenter l'offre
3. Calmer les peurs
4. Inviter à l'action

modèle de marketing "AIDA"



Planification

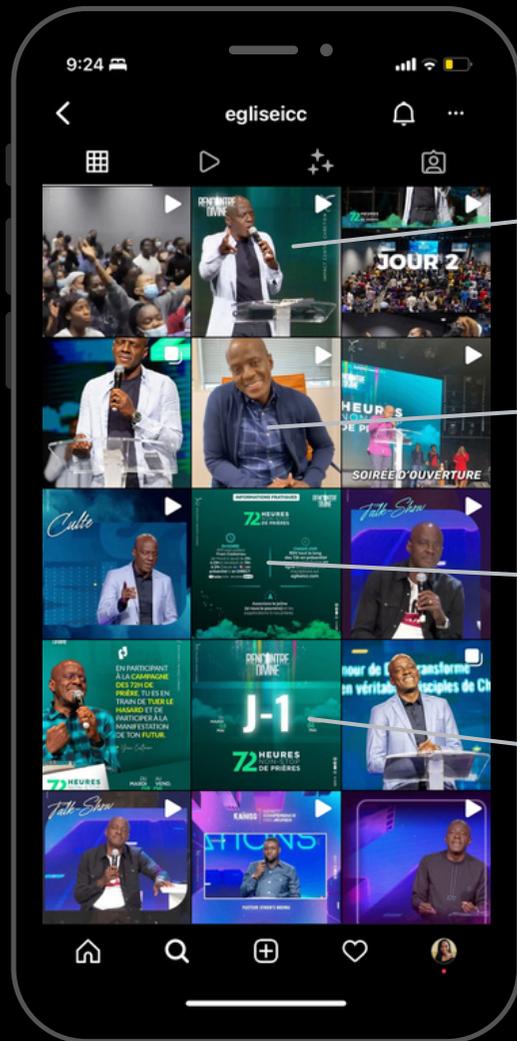
EN THÉORIE...



Awareness 1	Interest 2	Desire 3
Action 4	Awareness 5	Interest 6
Desire 7	Action 8	Awareness 9
Interest 10	Desire 11	Action 12

Planification

EN THÉORIE...



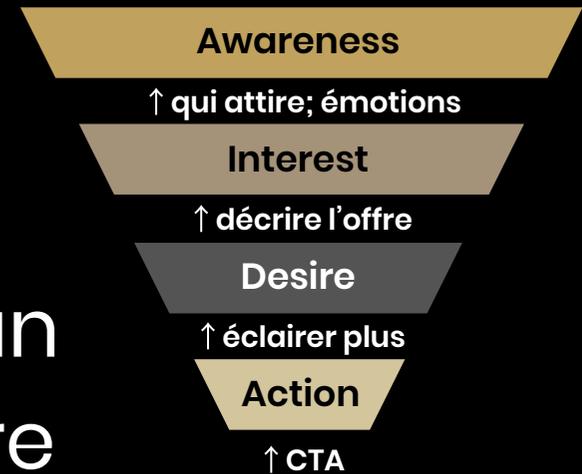
Awareness 1	Interest 2	Desire 3
Action 4	Awareness 5	Interest 6
Desire 7	Action 8	Awareness 9
Interest 10	Desire 11	Action 12

Planification

PRATIQUE

Exercice

- Choisir un point focal: un évènement ou ministère
- 5 minutes de brainstorming sur 1 idée de contenu pour chaque catégorie du modèle AIDA



Création

EN THÉORIE...

Différents types de contenus pour différents objectifs

- Post simple: meilleur format 4:5 (1080x1350 px)
– contenu clé dans le carré, logo et liens au bas



Création

EN THÉORIE...

Différents types de contenus pour différents objectifs

- Carousel: plus efficace – contenu de valeur, éducatif, partageable

TikTok vs Instagram
sa w dwe konnen
Intentional Living Creativity

The grid:
Kontrè videyo enpòtan, men grid Instagram ou an se prezantasyon mak ou; pa lage l.

The audience:
Majorite moun nan odyans TikTok ou a pap konnen w, men sou Instagram, anpil nan yo deja moun pa w. Donk fòk apwòch ou diferan.

The IG Stories:
Stories toujou youn nan pi bon fason pou w konekte ak odyans ou.

The friction:
TikTok fòse w kreye san ekstravagans. Pwofite epi kenbe menm mantalite sa a pou bouste kreyativite w sou Instagram.

Création

EN THÉORIE...

Différents types de contenus pour différents objectifs

- Stories: resserrer les liens et renforcer sa communauté
- TikTok/Reels: contenu partageable - le futur

Création

EN THÉORIE...

Différents types de contenus pour différents objectifs

- Vidéos 2-5 minutes: capter le public sans le lasser
- Vidéos 30-45 minutes: public intentionnel

Création

EN THÉORIE...

Différents types de contenus pour différents objectifs

- Services Live: rendre l'église accessible en ligne

Communauté

EN THÉORIE...

Différence entre contenu pour le **public** et contenu pour la **communauté**.

Les 2 types de contenus sont nécessaires.

Communauté

EN THÉORIE...

Types d'interactions qui peuvent y avoir dans la communauté:

- Demandes d'informations
- Requêtes de prières
- Partage de l'évangile
- Affermissement/discipleship

Communauté

EN THÉORIE...

Types de contenus pour la communauté
(utiliser Stories/Status):

- Mini-reportages
- Courts clips vidéos
- Polls/vote
- Dévotions courtes
- Versets du jour

Boîte à Outils

CRÉATION DIGITALE

-  • Facebook/Meta Business Suite (programmer les posts, gestion de la page)
-  • CapCut
-  • TikTok
-  • VSCO

Boîte à Outils

CRÉATION DIGITALE



- Lightroom Mobile



- UNUM



- The Grid



- Instagram (Story filters)



- Canva



- <https://pinetools.com/split-image>

Boîte à Outils

CRÉATION DIGITALE



- Notion



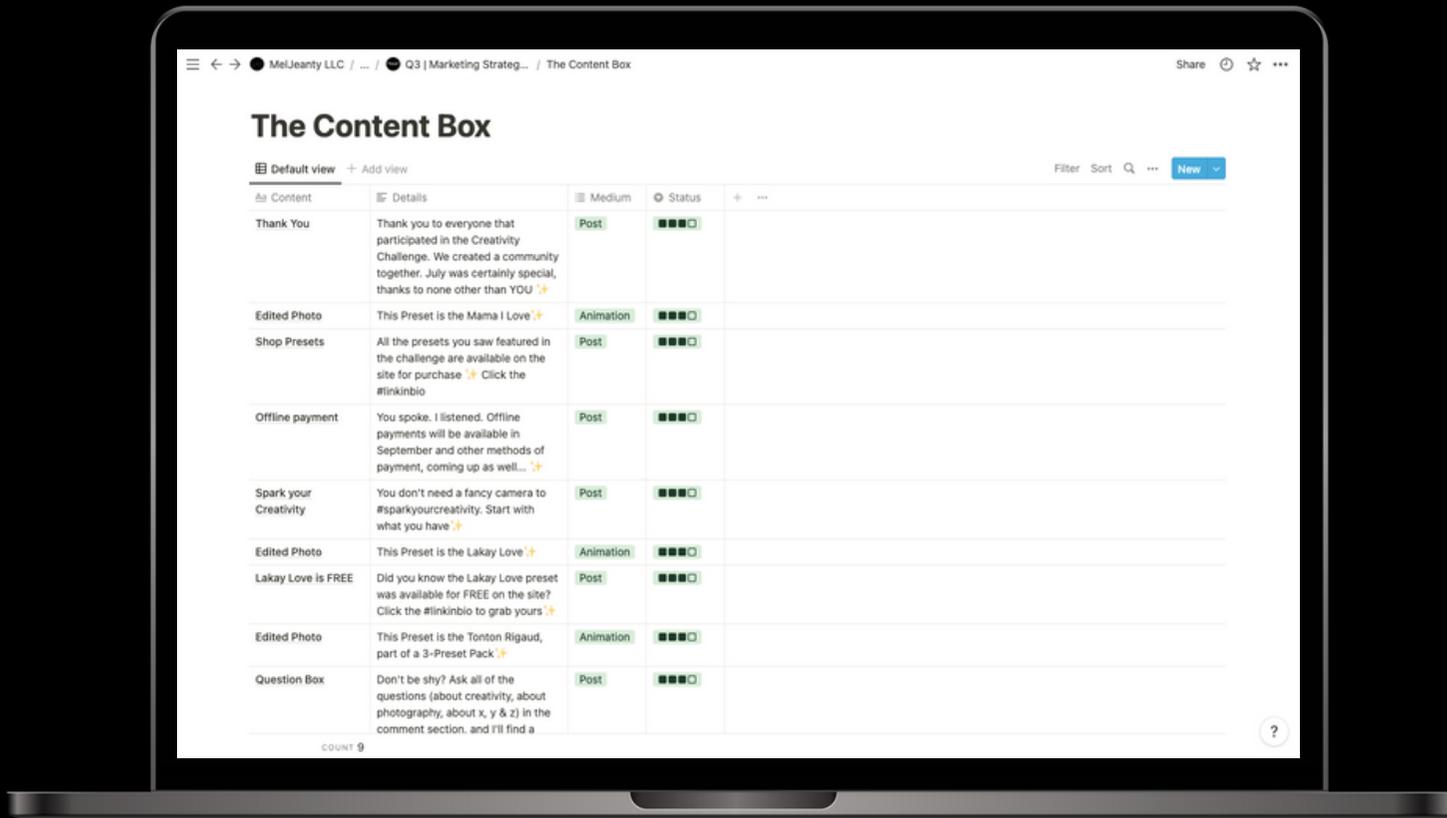
- Trello



- Google Sheet

Boîte à Outils

CRÉATION DIGITALE

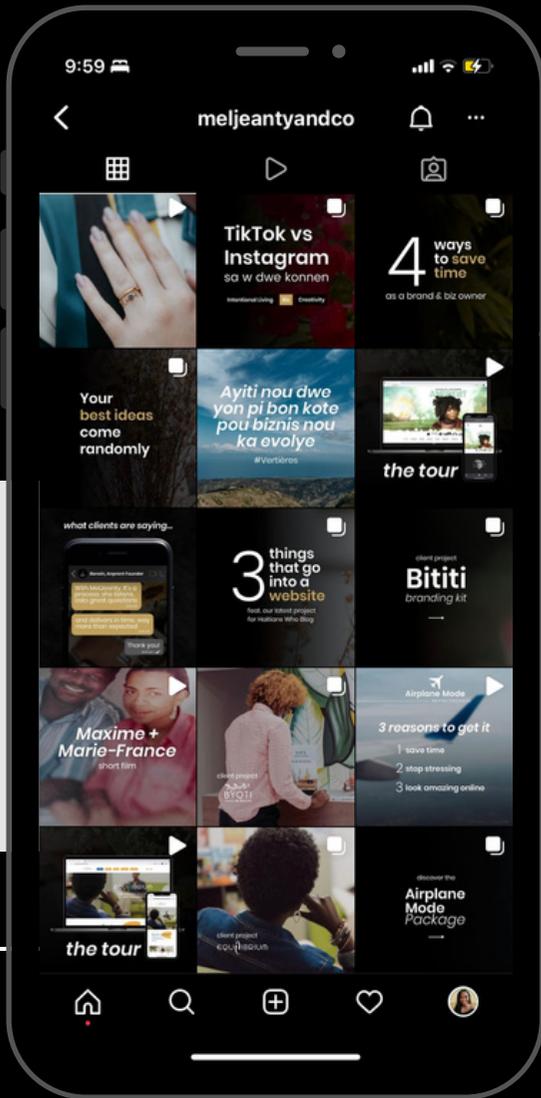


Création

PRATIQUE

Exercice

5 minutes pour faire le brainstorming de 1-2 idées de contenu et partager ses arguments quant au meilleur format pour ce contenu. Créer.



Questions?

Si vous avez des questions ou si vous voulez me contacter...

Mélissa Jeanty

E: meljeantyandco@gmail.com

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

W: www.meljeantyandco.com

Mel Jeanty & Co

Communication Digitale *pour les Églises*

WWW.MELJEANTYANDCO.COM