



**1- Les réseaux sociaux sont-ils pour vous des concurrents à votre association ?**

- Toutes les associations présentes ont un site web,
- La totalité des participants sont d'accord pour dire qu'associations et réseaux sociaux sont plutôt complémentaires et incontournables,  
⇒ *l'enjeu est de bien gérer cette dualité pour en tirer avantage.*

**2- Votre association dispose-t-elle de sites ou de comptes sur les réseaux sociaux ? si oui lesquels**

- La totalité des participants ont une « page », notamment sur LinkedIn, qui est parfois partagée avec l'école. Certaines ont un ou plusieurs groupes avec un administrateur qui vérifie la légitimité de la personne qui postule,
- Les incontournables sont LinkedIn et Facebook (un peu délaissé par les jeunes),
- Beaucoup d'associations utilisent Twitter et Instagram, voire YouTube,  
⇒ *L'utilisation de tel ou tel réseau social dépend du message à transmettre et de la cible visée (par ex. Instagram privilégie des messages courts et imagés pour les étudiants).*

**3- Coordination site et réseaux sociaux : comment relayez-vous les informations, publications de votre site vers les réseaux sociaux :**

- Les associations utilisent pour leur site les plates-formes : NETANSWER, ALUMNFORCE, EUDONET, AVONA IT, pour les IESF régionales chacune a son site WEB, COSMOPOLET (12 €/cotisant, tout compris y compris évolutions),
- Les situations sont très différenciées: robots permettant l'automatisation du relais vers les relais sociaux, relais manuel selon le type d'info et la cible, relais en concertation avec l'école (cas de la page commune),  
⇒ *Unanimité pour noter que la manière de relayer les informations vers les réseaux sociaux doit dépendre de sa nature (quel message) et de la cible visée (audience constatée du réseau social concerné),*

**4- Pensez-vous que les réseaux sociaux peuvent vous apporter quelque chose dans votre gestion des Alumni (recherche des perdus de vue, visibilité de la communauté, relation avec l'école ?**

- Les avis sont partagés et les pratiques variées ; ainsi certaines associations utilisent LinkedIn, notamment la « page » qui draine beaucoup de diplômés sans validation, pour la recherche de perdus de vue de manière systématique ou opportuniste,
- Il est rappelé que le classement des écoles par l'ÉTUDIANT comporte un critère sur le nombre d'inscrits sur la page LinkedIn de l'école et/ou de l'association,  
⇒ *IESF pourrait avoir un rôle à jouer vis à vis de LinkedIn pour négocier un accord de transfert des données des Alumni vers le site de chaque association; ce qui a existé il y a quelques années, et qui est un encouragement à la mise à jour des profils sur les sites des associations.*

**5- Que pensez-vous de l'idée d'animer la communauté de vos diplômés via vos réseaux sociaux (en grande partie) ?**

- La majorité des associations participantes ne l'envisage pas.
- Une minorité y réfléchit, notamment pour la gestion du répertoire.
- Sauf cas particulier, les associations participantes constatent qu'il y a plus d'inscrits sur la page LinkedIn que d'adhérents (cotisants) à leur association ; *à méditer !*



- Inciter les membres d'un réseau social à mettre à jour leurs données personnelles sur le site de l'association (pratique de la recherche de perdus de vue,  
⇒ *Pour améliorer l'usage, tant pour les alumni que pour les associations, IESF pourrait avoir un rôle de formateur*, en sachant que les algorithmes changent en permanence (conférences ou ateliers à proposer ?).

#### **6- Liste des sites et réseaux sociaux des associations membres d'IESF**

- ⇒ *Pour améliorer la visibilité des associations il a été décidé que chaque association transmettrait pour diffusion aux autres associations les url de leurs sites et comptes sur les réseaux sociaux.*