



Accompagner ses salariés dans leur prise de parole sur Internet

À rajouter dans l'accord d'établissement

Recommandations générales

- Ton : Le ton des échanges doit être utile, respectueux et cordial. Prenez toujours le temps de la réflexion avant de publier un message.
- Vérité : Citer vos sources et corrigez vos erreurs. Soyez honnête : ne publiez que ce que vous savez. Soyez transparent et identifiez –vous.
- Confidentialité : ne pas publier d'information sensibles, confidentielles (devoir de loyauté et clause de confidentialité du code du travail)
- Nom de l'entreprise : ne pas intervenir au nom de l'entreprise à part si cela est stipulé dans vos fonctions. Si vous devez mentionner le nom de votre entreprise, indiquez que vos propos ne reflètent pas nécessairement ceux de la société.
- Responsabilité : vos publications relèvent de votre responsabilité. N'oubliez pas que vos propos peuvent se répercuter sur l'image de votre entreprise. Respectez votre direction. N'attaquez pas vos concurrents.

Codes (non exhaustif)

- @pour s'adresser à une personne
- RT : relayer un message
- #mots clés

Comment suivre les réseaux sociaux ?

En fonction de la taille de l'entreprise, il peut exister des synthèses web quotidiennes.

Quels peuvent être les endroits où s'exprimer?

- Blogs en commentaires d'articles
- Wikis, Wikipédia
- Réseaux sociaux: Twitter, Facebook, LinkedIn, forums

Sur quelles sources d'information s'appuyer ?

- Argumentaires et fiches techniques mis en place par l'entreprise

Que se passe-t-il si l'intervention est inappropriée?

Nommer un référent dans l'entreprise

Temps de contribution

- Le temps d'intervention ne doit pas interférer sur votre temps de travail