

Félicitations !

Votre article a été publié.

Il est temps de le promouvoir...



Nous avons le plaisir de partager avec vous quelques conseils pour le promouvoir au mieux. Nous espérons qu'ils vous seront utiles, quel que soit le niveau de votre carrière. Peut-être faites-vous déjà tout cela, à moins que vous ne commenciez tout juste à explorer les possibilités offertes par les réseaux sociaux et autres canaux de communication ? Les auteurs sont toujours les meilleurs ambassadeurs de leur article. Nous sommes à vos côtés pour vous aider à faire connaître le vôtre. Nous espérons pouvoir vous inspirer pour promouvoir votre publication.

Partagez la nouvelle : le bouche-à-oreille est toujours très efficace.

Informez vos collègues et votre cercle professionnel proche :

- Citez vos co-auteurs et contacts clés.
- Acceptez les invitations à vous connecter sur des pages, des comptes en lien avec la thématique de l'article, sur les réseaux sociaux.
- Explorez les possibilités d'ajouter votre publication à des listes de lecture.

Informez votre institution et département :

- Contactez le/la responsable de la communication pour informer vos collègues de la parution de votre publication dans les supports de communication interne.
- Demandez si votre article peut être inclus sur le site web, les réseaux sociaux ou dans les newsletters.
- Mettez à jour votre profil dans l'annuaire de votre institution, de votre école/université.
- Contactez la bibliothèque, qui pourra peut-être ajouter votre article à son catalogue.

Prenez quelques mesures rapides :

- Signature de l'e-mail - incluez le titre de la publication, le lien DOI et votre [ORCID](#).
- CV et profils - mettez à jour votre CV et vos profils (e.g. [GoogleScholar](#)).
- Listservs/listes de diffusion - rejoignez des listes de diffusion et publiez un message ou démarrez une conversation (e.g. [JiscMail](#) ou [L-Soft](#)).

Médias sociaux :

- Si vous êtes déjà sur les médias sociaux, utilisez vos comptes personnels pour sensibiliser vos contacts ou abonnés.
- Si vous êtes nouveau sur les médias sociaux, demandez à vos collègues quels sont les meilleurs canaux pour votre communauté.
- Envisagez d'utiliser WeChat pour une communication en Chine.



Que faut-il inclure dans vos communications ?

Twitter :

- Titre de la publication et lien DOI
- Noms/comptes de co-auteurs, s'il y a de la place ou « et al. ».
- Mentionnez/taguez votre institution, votre revue et/ou votre éditeur, s'il y a de la place.
- Utilisez des hashtags pertinents e.g. #OpenAccess, #environnement.
- Incluez une image libre de droits ou un visuel conçu pour votre article.
- Consultez [Twitter Help Center](#) pour plus de conseils.

LinkedIn :

- Mettez à jour votre profil et partagez des publications régulièrement.
- Rejoignez des groupes pertinents et faites des publications.
- Connectez-vous avec des personnes dans votre domaine et partagez l'information sur votre travail.
- Soyez actifs sur les pages et publications pertinentes : likez/aimez, partagez et commentez.
- Consultez [LinkedIn help and learning centre](#) pour plus de conseils.

WeChat :

- Préparez et publiez une actualité sur WeChat, ce qui permettra d'informer des scientifiques chinois sur votre travail de recherche.
- Incluez le titre de votre article, une citation et une introduction sur votre institution.
- Présentez une courte introduction de l'article ou sur la thématique de recherche.
- Mettez des images de l'article avec tous les crédits nécessaires.
- Mettez des vidéos ou interviews liées à votre recherche ou article.
- Des CVs courts des co-auteurs.
- D'autres informations liées à la Chine ou aux institutions chinoises dans votre recherche.

Envisagez des activités de promotion à plus long terme

Conférences et événements :

- Parlez-en à vos collègues et tenez-vous au courant des programmes, élargissez votre réseau.
- Acceptez les invitations à échanger des idées (webinaires, tables rondes, formations) ou proposez votre participation aux « sessions contributées ».
- Tweetez en utilisant le # officiel.
- Demandez des dépliants, des affiches etc. auprès de notre département communication/marketing à distribuer durant les événements.

Blogs et vidéos :

- Créez votre blog ou vos vidéos.
- Incluez, par exemple, des analyses, des articles invités, des commentaires et des nouvelles sur vos projets à venir.
- Contactez des blogueurs pertinents, informez-les sur votre travail ou proposez d'écrire un article invité.

Recueils/Archives et plateformes de recherche :

- Pensez à inclure votre travail sur les plateformes comme :
 - Recueils/Archives - recueils/archives institutionnel/le/s, communautaires ou généraux/générales.
 - Services de partages de recherche ou de réseautage - e.g. ResearchGate et arXiv (vérifiez que c'est conforme avec la politique de partage d'articles de votre éditeur, au cas où l'article n'est pas en open access).

Le département de marketing d'EDP Sciences vous accompagne tout au long de la vie de la publication :

- Discutez avec notre département de marketing.
- Explorez d'autres opportunités de promotion disponibles et réfléchissez comment elles peuvent vous aider.

Il est possible de :

- Contacter les associations et organisations pertinentes.
- Produire des documents/supports imprimés.
- Faire de la promotion durant des conférences particulières.
- Publier des communiqués de presse.
- Placer des publicités.
- Créer des vidéos et des infographies.

Nous restons à votre écoute pour vous accompagner au mieux dans cette activité.

EDP Sciences Equipe Marketing
marketing@edpsciences.org
edpsciences.org

