

QUELLE STRATEGIE ADOPTER SUR LES RESEAUX SOCIAUX ?

Classe virtuelle – 6 heures (4 x 1h30)

OBJECTIFS OPERATIONNELS

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Mettre en place une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Définir une ligne éditoriale selon ses cibles et identifier les sujets éditoriaux
- Créer un planning de contenu et de suivi
- Créer et diffuser rapidement et facilement des visuels avec des outils digitaux
- Mieux utiliser LinkedIn et Twitter
- Analyser sa performance

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Définir les grands axes de sa stratégie, ses cibles prioritaires et créer des persona
- Lister ses sujets de prédilection, mettre en place une stratégie de veille, identifier les tiers influents
- Produire des posts et en planifier sa diffusion
- Analyser sa performance avec les tableaux de bord

PUBLIC

Tout professionnel souhaitant communiquer de façon stratégique sur leurs activités professionnelles en étant plus présents sur les réseaux sociaux

4 participants minimum – 8 maximum

MODALITES DE LA PRESTATION

100% à distance

6 heures (classes virtuelles) + 4 heures (entraînement seul)

La participation aux 4 classes est requise

Chaque semaine : 1h30 classe virtuelle + 1h – entraînement seul

EVALUATION DES CONNAISSANCES

A l'issue de la formation, un questionnaire d'évaluation des connaissances sera envoyé au participant

Infos pratiques

REFERENCE

DIV002

MOYENS TECHNIQUES

Outils nécessaires : un ordinateur avec caméra, microphone et sortie audio
Logiciel utilisé : Zoom (accès sécurisé avec mot de passe)

PREREQUIS

Vouloir augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux

ANIMATION

Véronique MOREAU
Consultante en marketing digital

DATES 2020

Module 1/4 : ven 22 mai 14h-15h30

Module 2/4 : ven 29 mai 14h-15h30

Module 3/4 : ven 5 juin 14h-15h30

Module 4/4 : ven 12 juin 14h-15h30

Pour les formations intra-entreprises, dates à convenir avec l'entreprise

TARIF

580 € HT



PROGRAMME

Introduction

- Présentation du cadre global dans lequel s'inscrit la formation
- Temps d'inclusion et de partage des objectifs

Définir une stratégie de communication

Objectif de la séquence : travailler sur le POURQUOI, le POUR QUI et les objectifs SMART.

- Définir le contexte général dans lequel évolue les réseaux sociaux
- Expliquer l'importance de définir une stratégie de communication claire : **le POURQUOI**
- Définir sa cible ou ses cibles prioritaires et créer des persona : **le POUR QUI**
- Expliquer et mettre en place les **objectifs S.M.A.R.T.**

Définir une ligne éditoriale

Objectif de la séquence : travailler sur le QUOI

- Définir les sujets à traiter en lien avec sa stratégie et sa cible : **le QUOI**
- Explorer les multiples façons de trouver de la matière pour produire du contenu
- Mettre en place une stratégie de veille pour alimenter son fil d'actualités
- Quel format privilégier pour livrer son contenu
- Comment donner plus de visibilité à ses posts

Produire, planifier et diffuser rapidement et facilement des posts et des visuels

Objectif de la séquence : organiser le COMMENT et le QUAND

- Apprendre **COMMENT** produire des posts engageants
- Explorer les outils à utiliser pour créer des visuels attrayants sans compétence graphique préalable
- Prendre en main des outils pour mieux organiser sa production et préparer son planning
- Découvrir des outils de diffusion pour mieux gérer sa programmation de posts (**QUAND**)

Focus sur LinkedIn et Twitter et découverte des outils d'analyse

Objectif de la séquence : valoriser sa présence sur les réseaux B2B, être stratégique et analyser sa performance.

- Améliorer son profil LinkedIn et créer de l'engagement
- Utiliser Twitter pour faire une veille active, épingler le contenu pertinent, créer de l'engagement
- Focus sur les outils d'analyse des principaux réseaux sociaux.

Clôture de la formation

Capitalisation des connaissances, temps de partage entre les participants et l'animatrice

METHODES PEDAGOGIQUES ET SUPPORTS

- Les **classes virtuelles** apportent le contenu théorique, illustré par des exemples concrets, accordent des temps d'échange entre participants pour s'enrichir des expériences de chacun, répondre aux questions et faire part de son travail de la semaine.
- Entre les classes virtuelles, du **travail personnel** est donné à chaque participant pour mettre en pratique ce qu'il vient d'apprendre et partage sa production en début de séance suivante. Des **fiches méthodologiques** seront fournies pour préparer ce travail personnel.
- Un lien vers la présentation est fourni en fin de séance ainsi que tout autre support mentionné. Des **outils de planification** seront également mis à disposition et les participants seront également invités à tester certains **outils digitaux** en accès gratuit.