



Bien communiquer sur les réseaux sociaux

Objectifs de la formation :

- ✓ ▪ Savoir définir une stratégie social media
- ✓ ▪ Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux
- ✓ ▪ Savoir produire des contenus pour les réseaux sociaux

Durée :

14 heures

Coût de la formation :

Individuel, 1470€ HT

Niveau et public :

La formation s'adresse à un public de professionnels souhaitant mettre en place une stratégie social media.

Chefs de projet, entrepreneurs, cadres dirigeants, demandeurs d'emploi en reconversion, micro-entrepreneurs

Prérequis :

Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

Distanciel ou présentiel

1- Introduction et stratégie social media

• Introduction à la communication sur les réseaux sociaux

- Panorama des principaux réseaux sociaux
- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans la communication B2B

• Définir une stratégie social media

- Objectifs SMART et l'importance d'une stratégie adaptée
- Identification de l'audience cible et création de personas
- Choix des plateformes adaptées à l'audience et aux objectifs

• Planification et outils de gestion des réseaux sociaux

- Outils de planification et de gestion
- Création d'un calendrier éditorial : pourquoi et comment ?

• Atelier Pratique : Création d'une stratégie social media

Les participants travaillent sur la création d'une stratégie pour un cas fictif ou réel.

**Formatrice :**

Hélène Wangler, experte en Marketing digital et formatrice

Moyens pédagogiques :

Support de formation fourni. Etudes de cas pratiques lors des ateliers et quizz proposés durant la formation.

Utilisation de l'outil Teams pour les sessions à distance

Moyens d'évaluation :

Exercices réguliers.
Quizz de fin de formation

Attestation :

Une attestation de formation est délivrée à la fin de la formation.

Délais d'accès à la formation :

Une formation est organisée toutes les 6 semaines. La formation est ouverte aux personnes en situation de handicap. La formation se déroule sur un lieu accessible au public en situation de handicap ou en classe virtuelle (mode synchrone).

2 - Communication et production de contenus

• Principes de base de la communication sur les réseaux sociaux

- Règles de communication : ton, style, fréquence des publications
- Gestion des interactions avec la communauté

• Création de contenus engageants

- Les différents types de contenus
- Utilisation d'outils de création de contenus
- Les bonnes pratiques pour rendre les contenus attractifs et engageants

• Atelier Pratique : production de contenus

Les participants créent des contenus pour les différents réseaux sociaux en s'appuyant sur la stratégie élaborée le premier jour.

• Analyser et mesurer l'impact de sa communication

- Introduction aux indicateurs de performance (KPIs)
- Utilisation des outils d'analyse et de mesure proposés par les réseaux sociaux
- Comment ajuster sa stratégie en fonction des résultats obtenus

Résultats de la formation (non dispensée en 2024) :

- Taux satisfaction stagiaires : %
- Taux d'assiduité à la formation : %
- Evolution moyenne du nombre d'impression des posts sur les réseaux sociaux : %