

COME-20**STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE SUR LES MEDIAS****CONTENU****OBJECTIFS**

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale.
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication.
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et visuels de communication sur les médias sociaux.

PUBLIC CONCERNE ET PRE REQUIS

Responsable de la communication digitale.
Chargé(e) de communication. Community manager. Cadre en charge de la communication externe ou globale.

Absence de prérequis pour cette formation.

MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Alternance de cours théoriques et pratiques (la pratique représente 70% du temps de formation).
Salle de formation équipée de table, chaises, tableau, vidéo projecteur, ordinateurs et logiciels de démonstration.

Formation Intra entreprise

5 personnes maximum par groupe.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS ET DOCUMENTS DÉLIVRÉS

A la fin de la formation, évaluation de la montée en compétences des participants par :

- Quizz complété par les participants

Évaluation de la satisfaction des participants à partir de nos engagements pédagogiques :
Animation - Pédagogie – Efficacité.

Délivrance d'un Certificat de réalisation.

DUREE

2 jours soit 14 heures

INTRODUCTION ET ACCUEIL DES PARTICIPANTS

- Tour de table /Revue des expériences acquises par les stagiaires
- Présentation du programme et des objectifs de formation
- Capture des attentes stagiaires

ELABORER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication
- Comprendre les différents usages des médias sociaux
- Constituer l'équipe

PANORAMA DES RESEAUX ET MEDIAS SOCIAUX

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; Tiktok ; YouTube...

OUTILS POUR LA CREATION DE VISUELS ET ORGANISATION DES PUBLICATIONS

Revue de différents outils parmi : CANVA, CLICKUP, PROCREATE...

TRUCS ET ASTUCES POUR UNE MEILLEURE VISIBILITE

- Augmenter sa visibilité grâce aux médias sociaux.
- Comment valoriser un événement.
- Utiliser les événements pour produire du contenu

IDENTIFIER LES OPPORTUNITES PUBLICITAIRES

- Business model des réseaux et médias sociaux.
- Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat

MESURER LES ACTIONS DE LA COMMUNICATION DIGITALE

- Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, RT, followers...
- La mesure de l'engagement, notion de ROE et ROI.
- Les outils de management des communautés - Social Media Management Systems (SMMS)

REPERER ET COMMUNIQUER AVEC LES INFLUENCEURS

- Comprendre l'économie des blogs et des influenceurs sur les médias sociaux.
- Établir un programme influenceurs en 4 étapes.
- Comprendre l'importance des micro-influenceurs.

FIN DE LA FORMATION