

Stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux

COMMAN

Les services de communication doivent aujourd'hui compter avec les médias sociaux. Cette formation à la stratégie de communication digitale propose aux responsables de l'image de marque de l'entreprise de s'approprier ces nouveaux outils de communication dans le cadre d'une stratégie digitale.

Présentiel - Sychrone

Objectifs

Public Visé

Chargé.e de communication, responsable marketing, community manager en prise de fonction ou occasionnel.

Pré Requis

Il est préférable d'avoir au moins un compte actif sur un réseau social (Facebook, Twitter, LinkedIn...) et de l'utiliser régulièrement ou d'avoir suivi la formation "Les fondamentaux de la stratégie de communication digitale et des réseaux sociaux".

Objectifs pédagogiques et d'évaluation

A l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- 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 communication de crise sur les médias sociaux.

Méthodes pédagogiques

- Beaucoup de tests et d'exemples concrets en lien direct avec les besoins des participants
- Des techniques directement mobilisables dans le cadre de leurs fonctions
- Formation axée sur la mise en pratique
- Méthode participative
- Mise en situation professionnelle

Parcours pédagogique

1 - Élaborer sa stratégie 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 (matrice POEM).
Constituer l'équipe : les nouveaux métiers.

2 - Panorama des réseaux et médias sociaux

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

3 - Établir un dispositif sur les médias sociaux pour un événement

Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux.
Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement.
Utiliser les événements pour produire du contenu.

4 - Identifier les opportunités publicitaires

Business models des réseaux et médias sociaux.
Quels objectifs pour les Social Ads ?
Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat.

5 - Mesurer les actions de 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).

6 - Repérer et communiquer avec les blogueurs influents

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.

7 - Gérer la communication de crise en ligne

Évaluer les crises : appréhender les typologies de crise sur Internet (fail, bad buzz, crise...).

Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur Internet.

Moyens pédagogiques

1 ordinateur par stagiaire
Salle de formation claire, climatisée et spacieuse
Tableau blanc
Vidéo projecteur
Support de cours
Logiciel d'assistance des stagiaires à distance

Qualification Intervenant-e-s

Formateur.trice - Consultat.e spécialiste dans la communication digitale.

Méthodes et modalités d'évaluation

Evaluation diagnostique en amont : questionnaire d'auto-positionnement et recueil des attentes & besoins - Evaluation formative en cours de formation : exercices - Evaluation sommative en fin de formation : exercice/QCM - Bilan individuel des compétences acquises - Questionnaire de satisfaction à chaud - Questionnaire de satisfaction à froid

Modalités d'accessibilité handicap

Pour les personnes en situation de handicap, et en fonction des besoins spécifiques, un entretien avec notre référente handicap pourra être organisé. Vous pourrez vous exprimer en toute confidentialité et liberté sur votre handicap. Merci de noter ci-dessous si vous êtes en situation de handicap.

Sanction formation

Formation Community Manager



Durée

14.00 Heures

2

Jours

Effectif

De 3 à 9 Personnes



Contactez-nous !

Colette CLERY
Conseillère formation

Tél. : 0596574020
Mail : cclery@strategie-info.com