

# Communiquer sur les réseaux sociaux :

Apprenez à choisir les réseaux sociaux les plus adaptés, créez et optimisez vos comptes, définissez une stratégie éditoriale, programmez et publiez des posts et analysez vos performances



RÉFÉRENTE PÉDAGOGIQUE

**Lucie SCHMID**

Consultante - Formatrice

15 ans d'expérience

en Marketing / Communication

Après une expérience de 15 ans en tant que Responsable webmarketing et réseaux sociaux du magazine Vocabulaire, Lucie SCHMID a co-fondé et dirige actuellement l'agence La Team Web, basée à Paris, Lyon et Marseille.

Agence de communication digitale (conseil stratégique et prise en charge des opérations), et organisme de formation, enseigne auprès d'étudiants et de professionnels en poste ou en reconversion

## INFORMATIONS PRATIQUES

### PARTICIPANTS

Directeurs - Responsables et référents communication, Web masters  
Tout acteur de la communication même de façon occasionnelle  
Groupe de 7 à 12 personnes

Prérequis : aucun

### DATES DES SESSIONS

■ Durée 2 jours de sensibilisation + 1 jour d'approfondissement et d'échanges sur les actions à mettre en place

■ Mercredi 17 / Jeudi 18 octobre 2018 et Jeudi 15 novembre 2018

■ Mercredi 3 / Jeudi 4 avril et Lundi 1<sup>er</sup> Juillet 2019 en classe virtuelle

■ Horaires 9h30-17h30 / 9h00-17h00 / 9h30-17h30

### LIEUX DES SESSIONS

■ Créteil (locaux FACE PEP)

■ En vos locaux pour vos équipes nous contacter

### TARIF

500 € / personne / 2 jours de sensibilisation

680 € / personne / 3 jours y compris une journée d'approfondissement

## LES +

Cette formation est une vision panoramique des réseaux sociaux, de leurs règles et de cas concrets de stratégie éditoriale qui fonctionnent.

Un focus sur la double communication nécessaire au réseau PEP : se faire connaître auprès des institutionnels et communiquer auprès du grand public.

Une formation conçue en deux jours de découverte suivis d'une journée d'approfondissement à distance qui permet aussi d'optimiser. Le choix peut être fait de ne suivre que les deux premiers jours de formation ou uniquement le troisième selon votre niveau de connaissance et d'expérience.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Les participants seront en capacité de :

- Comprendre les nouvelles stratégies de communication à l'ère du Web 2.0.
- Optimiser votre présence sur les réseaux sociaux.
- Définir une stratégie de communication adaptée à chaque réseau.
- Gagner en efficacité et rapidité pour votre communication sur les réseaux sociaux.
- Le « + » de la journée 3 : savoir gagner en visibilité et savoir échanger et inter-agir avec vos influenceurs et ambassadeurs.

## PROGRAMME

### 🕒 Journée 1 : Comprendre les réseaux sociaux et optimiser sa présence en ligne

- Comprendre les réseaux sociaux : utilisateurs, pénétration, usage mobile.
- Spécificités des différents réseaux sociaux : Quel réseau pour quelle cible ? Pour quel secteur d'activité ?
- Utiliser les réseaux sociaux pour votre veille stratégique.
- Être présent et visible sur les réseaux sociaux : création et optimisation de vos comptes.
- Focus réseaux sociaux et référencement.
- Socialiser son site, ses supports de communication.

### 🕒 Journée 2 : Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

- Quelle communication pour quel réseau ? Quelles cibles ? Quels langages sur quels réseaux ?
- Établir un calendrier éditorial.
- Jouer le jeu de l'interactivité : répondre aux demandes, engager les internautes.
- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux : quels sont vos objectifs et comment les prioriser ?
- Choisir ses canaux de communication et établir une stratégie par canal : que publier sur quel réseau ?
- Identifier les prescripteurs et influenceurs de votre secteur.
- Confidentialité et protection des données (RGPD)

### 🕒 Journée 3 : Classe virtuelle : optimiser les actions, gagner en notoriété, améliorer sa visibilité

- Recruter et fidéliser ses clients via les réseaux sociaux : relation clients/fans et followers/les Hashtag ;
- Programmation et mesures des performances.
- Analyser les résultats des premières actions.

### 🕒 Méthodes et outils pédagogiques

- Exemples concrets apportés par les participants et par la formatrice ; exercices pratiques de mise en application immédiate des concepts.
- En approfondissement, proposé à distance.

### 🕒 Évaluation

- En complément du bilan oral réalisé par le formateur en cours de formation, un questionnaire de satisfaction sera remis aux participants en fin de formation.
- Dans les 6 mois suivants, un questionnaire à froid sera envoyé au commanditaire et aux stagiaires pour évaluer l'impact de la formation sur les pratiques professionnelles.