

# Communiquer sur les réseaux sociaux :

Apprenez à choisir les réseaux sociaux les plus adaptés, créez et optimisez vos compte, 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 Vocabale, 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 stagiaires

Prérequis : aucun

### DATES DES SESSIONS

- Durée 2 jours + 1 jour consécutifs
- Horaires 9h30-17h30 / 9h00-17h00
- Mercredi 21 et jeudi 22 Mars 2018  
Approfondissement le vendredi 23 Mars 2018
- Horaires 9h30-17h30

### LIEUX DES SESSIONS

- Créteil (locaux de FACE PEP)
- En vos locaux (nous contacter)

**TARIF** 500 € / personne / 2 jours  
680 € / personne / 3 jours

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 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

- 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 : Comprendre les réseaux sociaux et optimiser sa présence en ligne

- Quelle communication pour quel réseau ?
- Établir un calendrier éditorial
- Jouer le jeu de l'interactivité : répondre aux demandes, engager les internautes
- Exemples et bonnes pratiques de communication sur les réseaux sociaux

### 🕒 Journée 3 : Booster son activité avec les réseaux sociaux

- Recruter et fidéliser ses clients via les réseaux sociaux : relation clients/fans et followers/les Hashtag;
- 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.
- Exemples et bonnes pratiques de communication sur les réseaux sociaux.
- Programmation et mesures des performances.

### 🕒 Méthodes et outils pédagogiques

- Exemples concrets apportés par les participants et par la formatrice ; exercices pratiques de mise en application immédiate des concepts.

### 🕒 Évaluation

- Un questionnaire d'évaluation sera remis aux stagiaires en fin de formation.
- Un questionnaire sera envoyé dans l'année pour évaluer l'impact de cette formation sur les pratiques.