

Savoir choisir les réseaux sociaux les plus adaptés à votre stratégie éditoriale

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 20 ans en tant que responsable webmarketing et réseaux sociaux du magazine Vocable, 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.

Lucie SCHMID enseigne auprès d'étudiants et de professionnels en poste ou en reconversion.

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 : accompagnement personnalisé pour optimiser vos performances.

PROGRAMME

► Optimiser votre présence sur les réseaux sociaux

- Pourquoi aller sur les réseaux sociaux ?
- Spécificités des différents réseaux sociaux.
- Utiliser les réseaux sociaux pour votre veille stratégique.
- Être présent et visible sur les réseaux sociaux.
- Socialiser son site, ses supports de communication.

► Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

- Définir une stratégie et fixer des objectifs.
- Votre ligne éditoriale : que publier sur les réseaux sociaux ?
- Audit de contenu et calendrier éditorial.
- Exemples et bonnes pratiques de communication sur les réseaux.
- La relation client sur les réseaux sociaux.
- Identifier prescripteurs et influenceurs.
- Découverte des Analytics.

► Coaching personnalisé à distance de 2h30 de suivi des performances

- Optimiser les actions.
- Gagner en notoriété.
- Améliorer sa visibilité.

► 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.

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

- 4 modules de 3h30 non consécutifs
+ 1 accompagnement personnalisé de 2h30
- Horaires : 9h00-12h30
- Mardi 20, jeudi 22 et vendredi 23 octobre 2020
- Mardi 4, jeudi 6 et vendredi 7 mai 2021

LIEUX DES SESSIONS

- 100% à distance

TARIF 480 € / personne / 2 jours – 690 €
+ suivi personnalisé à distance

TARIF MEMBRE 400 € / personne / 2 jours – 600 €
+ suivi personnalisé à distance

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'un approfondissement individualisé à distance qui permet aussi d'optimiser les actions de chacun.

Possibilité de ne suivre que les deux premiers jours de formation.