

PROGRAMME COMPLET DE LA FORMATION

Panorama des médias sociaux

Définition des médias sociaux
Les médias sociaux dans l'univers des médias
Typologie et usages des médias sociaux
Les acteurs et leurs spécificités (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Instagram, Snapchat, TikTok etc...)
Enjeux des médias sociaux

Être conscient des enjeux des médias sociaux

Bénéfices et risques

Connaître les bénéfices d'une présence sur les médias sociaux
Savoir reconnaître les risques liés à son activité

Audit et veille

Gérer et analyser la stratégie médias sociaux

Construire sa présence sur les réseaux sociaux

Diagnostic interne et externe
Détermination de la cible social media (personas)
Positionnement social media
Détermination des buts assignés aux médias sociaux
Définition des objectifs financier et non financiers
Formulation de la stratégie social media

Conception et déploiement des dispositifs

Le type de contenu diffusé
La stratégie éditoriale
Les thématiques
Le plan média sur les médias sociaux
Le calendrier des actions
Définition de l'organisation interne

La boîte à outils pour piloter sa présence

Les outils statistiques internes aux réseaux sociaux
Les outils de veille de l'alerte
Les outils d'évaluation de contenus
Les outils de « tracking »
Les outils de publication

Animer et développer une communauté sur les médias sociaux

Le rôle du community manager
Les bonnes pratiques



OBJECTIFS

- Utiliser et gérer les réseaux sociaux d'une structure (entreprise, association, collectivité) de manière professionnelle
- Répondre aux besoins des structures en terme de visibilité sur les réseaux sociaux (marque employeur, notoriété produit/service, etc.)
- Mesurer et analyser les retours d'une campagne de communication vidéo sur les réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

Avoir des notions de PAO (Photoshop, Illustrator, Canva...) et Excel.

Maîtriser l'environnement informatique.

MODALITÉS

PUBLIC

Tout public : demandeurs d'emploi, particuliers, salariés, entreprises.

En cours de formation : suivi des acquis

Fin de formation: Questionnaire de satisfaction

PÉDAGOGIE

Formation en présentiel ou distanciel avec suivi distanciel post formation.

Pédagogie active
« learning by doing » : la pratique au cœur de la formation à plus de 80% (ateliers de mise en situation).

Formateur spécialisé dédié et référent pédagogique pour le suivi individuel de la formation.

Évaluer les retombées social média

Sélection des indicateurs de performance
Les mesures des résultats financiers et non financiers
Définition de l'organisation interne

Contrôler et améliorer sa présence

Les bilans
Les tableaux de bord et reportings

Mise en situation réelle

Concevoir son propre plan d'actions sur les médias sociaux
(marque, produit ou service)
Mettre en oeuvre les connaissances acquises