

LE PROGRAMME

Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- Comprendre pourquoi les réseaux sociaux sont devenus incontournables
- Panorama des réseaux sociaux : l'intérêt, l'utilité, les usages de chaque outil
- Les étapes clés pour réaliser une stratégie de communication digitale
- Focus sur l'importance des lignes éditoriales et des chartes de modération

Créer et animer une communauté

- Déterminer à quelle cible on adresse et sur quel réseaux ?
- Focus sur Facebook et LinkedIn
- Animer sa communauté
- Comment gérer sa communauté : la modération

Ecrire pour le web (et pour un lecteur)

- Hiérarchiser l'information
- Rédiger un titre
- Comprendre les techniques de l'écriture web
- Intégrer un contenu multimédia
- Rendre un post parfait

Évaluer ses performances sur les réseaux sociaux

- Comprendre les statistiques d'audience
- Déterminer les bons KPI
- Tour d'horizon des applications Facebook et LinkedIn :
- Comprendre le fonctionnement et l'utilité des statistiques

DIGITAL MARKETING

LES OBJECTIFS :

Gérer la stratégie réseaux sociaux selon la stratégie globale de la communication externe. Développer sa pratique des réseaux sociaux. Ajuster ses écrits et adapter la diffusion de ses articles. Examiner les performances de ses publications. Créer et animer sa communauté.

Durée : 21 heures

Public : Tout

Prérequis : Aucun

Participant : de 1 à 5 personnes

Méthodes pédagogiques

- Exposés
- Méthode d'animation participative
- Cas pratiques

Moyens pédagogiques :

- Support de cours