

LES RESEAUX SOCIAUX

3 JOURS - 21 HEURES

But de la formation	Créer et animer des comptes professionnels sur les réseaux sociaux comme levier de développement à une activité corporate et/ou commerciale dans la cadre d'une stratégie de communication.
Prérequis	Savoir utiliser un ordinateur, une tablette, un smartphone
Type de public	Professionnels de la communication
Effectif	De 1 à 8 participants L'effectif peut, en accord avec l'entreprise être modifié
Date & lieu de formation	A définir avec le client
Accessibilité aux personnes handicapées	Si la formation a lieu chez le client : il faudra préciser si votre salle de formation est accessible aux personnes handicapées Si la formation a lieu en dehors de chez le client : il faudra me contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant. Dans ce cas, la formation aura lieu dans un local adapté. (Par exemple : location de salle dans un hôtel ou centre d'affaire).
Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation	Feuilles de présence. Questions écrites (QCM) Outil d'évaluation des acquis : exercices et mise en application en fin de chaque chapitre Formulaires d'évaluation de la formation.
Délai d'accès	Modalités selon pré requis et aucun délai
Méthodes et outils pédagogiques	Les moyens pédagogiques sont adaptés à chaque formation et aux besoins des clients. La formation est co-construite avec le client, sur la base du programme de formation initial. Cette démarche de co-construction se fait au travers d'un entretien de cadrage au cours d'une rencontre ou par téléphone. L'entretien de cadrage donne lieu à un enregistrement utilisé pour vérifier l'adaptation des moyens pédagogiques à la formation et aux besoins du client. Les moyens pédagogiques utilisés pour adapter les formations : Des apports d'informations du formateur et la mise en pratique sous forme d'exercices d'application, si possible en adéquation avec le secteur d'activité et les besoins des stagiaires. Les moyens techniques nécessaires demandés sont : ordinateur, tablette ou smartphone avec connexion internet et accès aux réseaux sociaux, vidéo projecteur, paper board ou tableau blanc, feutres effaçables de couleurs, tables disposées en U et chaises, ou chaises disposées en cercle sans table.

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

L'organisme désigne un référent pédagogique et un référent handicap.

Formalisation à l'issue de la formation

Une attestation de formation sera transmise.
Un support de cours version papier ou numérique sera remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation

PROGRAMME

JOUR 1

Identifier ses besoins

Analyse de l'existant. Audit de ses pratiques.
Définir les objectifs de communication de son organisation, de son service.
Comment mon organisation doit-elle communiquer sur la toile ?

Appréhension de l'environnement

Panorama des réseaux sociaux et des médias sociaux professionnels.
Quels réseaux pour quels usages professionnels ?
Sélectionner les réseaux sociaux qui correspondent à son domaine d'activité, à son organisation, à son réseau professionnel

Google+, le plus grand réseau social mondial

Personnalisation de sa page G+
Création de cercles communautaires
Publication et partage d'information
Veille d'information

Facebook, un réseau social aussi professionnel

Créer et configurer une page sur Facebook
Gérer le back office de sa page Facebook
Créer des contenus et programmer des posts

JOUR 2

Rejoindre les communautés professionnelles en réseaux

LinkedIn et Viadeo
Créer une page entreprise sur LinkedIn
Construire une communauté pour informer, communiquer et recruter
Créer et partager des contenus

Découvrir Twitter et suivre le fil

Twitter
Créer et configurer un profil
Gérer le back office de son profil
Comment connaître les tendances des # les plus populaires
Créer des contenus et programmer des tweets

Les outils de community management

Mettre en œuvre une méthodologie de veille sur les réseaux sociaux
Tweet Deck, Dlvr it, buff.ly
Mettre en place une curation d'information avec les réseaux
Pinterest, Netvibes, Scoop it

Community management

Tableau de bord

JOUR 3

Feedback et rappel des besoins

Retour sur expérience. Audit de ses pratiques
Définir les objectifs de communication à court terme et moyen terme.
Définir les objectifs de mon service, de mon organisation
Quelle stratégie adopter sur les réseaux sociaux ?

Planifier sa stratégie de communication

Mettre en place un plan de communication
Définir ses objectifs (SMART) et mettre en œuvre une stratégie de Social Media Optimization (SMO)

**Ecrire sur les réseaux
sociaux**

L'écriture Web et social media

La création de contenus :

La photo et le selfie

La vidéo et le flash mob

La gamification de votre communication
