

**LES RESEAUX SOCIAUX – V2022-09**

**3 JOURS - 21 HEURES**

<b>But de la formation</b>	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.
<b>Prérequis</b>	Savoir utiliser un ordinateur, une tablette, un smartphone
<b>Type de public</b>	Professionnels de la communication
<b>Effectif</b>	De 1 à 8 participants L'effectif peut, en accord avec l'entreprise être modifié
<b>Date &amp; lieu de formation</b>	A définir avec le client
<b>Accessibilité aux personnes handicapées</b>	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).
<b>Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation</b>	Feuilles de présence. Questions écrites (QCM) Outil d'évaluation des acquis : exercices et mise en application en fin de chaque chapitre
<b>Délai d'accès</b>	Formulaires d'évaluation de la formation. Modalités selon pré requis et aucun délai
<b>Méthodes et outils pédagogiques</b>	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
-

---

**Tarif**

Tarif intra : à partir de 1 180€ / jour

Nos formations sont réalisées sur-mesure. Prix variant selon effectif formé, intervenant formateur, en présentiel, en distanciel...La multitude de situations demandent des solutions appropriées.

---