



GÉNÉRER DE L'AUDIENCE QUALIFIÉE

ANIMER ET ENGAGER SES PUBLICS CIBLES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, TikTok, Snapchat, etc. sont devenus autant d'**outils incontournables pour communiquer avec ses publics cibles** et **engager les communautés qui s'organisent en ligne.**

Chaque plateforme a ses caractéristiques propres : publics cibles, temporalité, modalités d'expression, modalités d'interaction et de modération). Il devient aujourd'hui **indispensable d'en maîtriser les spécificités pour déployer un effort de communication avec impact.**

Cette formation d'une journée vise à donner **les clés pour intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication** et y **diffuser des contenus pertinents** sur le fond et adaptés sur la forme.

✔ Objectifs

Identifier les réseaux sociaux pertinents dans le cadre d'une stratégie d'audience

Décliner une stratégie de contenus sur les réseaux sociaux en respectant les codes propres à chaque plateforme

Intégrer les bonnes pratiques rédactionnelles et de mise en forme pour créer des contenus efficaces

Animer une communauté sur les réseaux sociaux pour créer de l'engagement

Publics cibles

Ce parcours est ouvert à **tout professionnel du contenu** qui souhaite acquérir des compétences pour animer des comptes sur les réseaux sociaux pour toucher et engager ses publics cibles :

- > Professionnels des médias : managers opérationnels, journalistes, chargés de contenus, etc.
- > Professionnels du contenu en entreprise : rédacteurs, chefs de projet éditoriaux, consultants éditoriaux, chargés de communication, chargés de relations presse, etc.
- > Porteurs de projets média (ex. podcasters, blogueurs, etc.)



Pré-requis

- > Utilisation régulière du web et des réseaux sociaux
- > Être amené à rédiger du contenu dans un cadre professionnel

NB : chaque participant devra venir en formation avec son propre ordinateur portable



Programme

La formation insistant sur une pédagogie participative est proposée en présentiel, dure 7 heures et est déployée sur deux demi-journées consécutives (9h30 – 13h00 / 14h – 17h30)

Théorie x Cas pratiques x Modalités d'évaluation

1. Connaître les plateformes (caractéristiques des communautés utilisatrices, fonctionnalités, usages, principes de viralité, modalités de diffusion de contenus, modalités de modération, trucs et astuces) :

- > Identifier les plateformes (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, TikTok, Snapchat)
- > Comprendre les tendances
- > Mettre en place un dispositif de veille active sur les tendances et les usages

2. Créer un compte et une page pour son organisation :

- > Elaborer une charte pour les réseaux sociaux (graphique, engagement, modération)
- > Configurer les informations du compte
- > Comprendre les paramètres de confidentialité

3. Créer et diffuser un message sur un réseau social :

- > Identifier les bons sujets, les bons mots-clés et les bons moments pour publier un message
- > Appliquer les bonnes pratiques rédactionnelles
- > Choisir les bons visuels pour accompagner son message
- > Diffuser des contenus dans le respect du droit (droit à l'image, droit d'auteur)
- > Exploiter les fonctionnalités d'automatisation proposées par les plateformes ou des solutions tierces

4. Mesurer l'impact de ses publications pour en améliorer la portée en continu :

- > Maîtriser le fonctionnement des outils de mesure
- > Lancer une campagne d'A/B testing

Compétences ciblées

- > Analyser les opportunités en référencement naturel d'un site
- > Élaborer une stratégie de progression en particulier via les leviers éditoriaux
- > Concevoir et rédiger des contenus performants pour le référencement naturel Google dont Google News et Google Discover



Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en amont de la formation, **un questionnaire de positionnement**, dont les résultats sont communiqués au formateur pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation.

La formation repose sur une **approche pédagogique par le faire**, alternant séquences de transmission par le formateur et exercices encadrés de mise en application des compétences, pratiques et postures par les participants.

Chaque séquence pédagogique prévoit la **mise à disposition d'outils et de guides** permettant aux stagiaires de se projeter dans la remobilisation des acquis en situation de travail.

Des **mécanismes de co-développement sont mobilisés pour renforcer l'appropriation des compétences** par les pairs et favoriser l'apprentissage entre pairs.



Formateur

> La formation est assurée par un formateur expert en communication sur les réseaux sociaux, disposant d'une :

- Expérience professionnelle significative sur la thématique
- Expérience significative en termes d'animation de formation

Un CV du formateur est disponible, sur demande.



Modalités d'évaluation

> Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le dispositif d'évaluation est composé de :

- Exercices de mises en situation en session, encadrés par le formateur, pour pratiquer les postures et outils
- Un questionnaire proposé en fin de session pour s'assurer de la bonne rétention des messages principaux de la formation

Une **attestation de réalisation** est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une **attestation de réussite** est remise aux participants satisfaisant **les critères de réussite de la formation**.



Prix et modalités d'accès

La formation est commercialisée en inter-entreprise et en intra-entreprise pour des groupes de 6 à 12 personnes.

Prix HT : à partir de 890€