

Déployer sa communication sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS

Appréhender l'importance des réseaux sociaux dans une campagne de communication.

Construire une stratégie de communication efficiente en fonction de son domaine d'activité sur les réseaux sociaux.

PROGRAMME

Les bases de la communication et du marketing :

- Connaître les enjeux du marketing : comprendre la valeur et le rôle de la communication

Le territoire de marque :

- S'interroger sur l'existence du territoire de sa marque
- Optimiser ce territoire pour le rendre plus attractif
- Apprendre à formaliser les éléments essentiels d'un territoire (valeurs, charte graphique, mood board...)
- Connaître sa cible et savoir comment lui parler
- Connaître sa création de valeur : comment se différencier de ses concurrents et capitaliser sur ces différences

Les différents réseaux sociaux :

- Connaître les différents réseaux sociaux
- Apprendre à mobiliser ces réseaux afin d'être plus performant
- Apprendre à développer une communauté autour de son entreprise
- Apprendre à créer du contenu intéressant pour ses cibles et différenciant
- Apprendre à étendre son réseau et à trouver de nouveaux prospects

La conception d'un plan de community management

- Définir des objectifs clés
- Mobiliser les bons supports
- Planifier et orchestrer
- Mesurer la performance de ses campagnes de communication sur les réseaux sociaux

MAJ Janvier 2023



Pour optimiser les compétences
FORMATIONS HYGIÈNE ET MULTI-SERVICES

Méthodes et moyens pédagogiques :

Présentiel ou distanciel

Exposé théorique, interactions
formateur/stagiaire, études de
cas concrets, exercices
d'application

Remise de support individuel de
formation au choix par imprimé,
clé USB, mail ou plateforme de
partage.

Pré requis :

En distanciel : Disposer
d'un ordinateur équipé micro et
caméra et d'une connexion
internet

En présentiel : aucun

Public :

Responsable de communication,
chargé(e) de communication,
responsable marketing ou
commerciale, toute personne
amenée à construire un plan de
communication par les réseaux
sociaux.

Durée :

21 heures.

Formateur diplômé en marketing
et communication internationale.

Modalités d'évaluation :

QCM début/fin formation.

Validation des acquis :

Un certificat de réalisation
individuel sera délivré.