



Intitulé du programme :

« Optimiser son temps pour communiquer efficacement sur les réseaux sociaux »

Rappel sur les réseaux sociaux

- Leur fonctionnement
- Les tendances et leurs fonctionnalités phares

Elaborer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux

- L'audit de l'écosystème digital de l'entreprise
- Les éléments chronophages pour l'entreprise
- La création et la structure d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux en fonction des ressources de l'entreprise (humaines et financières) et de ses objectifs
- Le choix d'un ou plusieurs réseaux sociaux d'actions

Créer une ligne éditoriale pour structurer la stratégie Social Media

- L'importance de la ligne éditoriale pour cadrer la stratégie
- La définition du périmètre thématique
- La définition des indicateurs clés de performance pour mesurer la réussite des actions

Créer du contenu efficace et pertinent

- La création d'un contenu pertinent et engageant
- L'importance de la veille pour l'inspiration de nouveaux contenus
- Les outils de création de visuels simples et efficaces

Anticiper et programmer des contenus pour gagner du temps

- La création d'un calendrier éditorial pour planifier les contenus



- L'utilisation des outils de programmation et d'automatisation pour gagner du temps dans la gestion des réseaux sociaux

Analyser les indicateurs clés de performance pour une stratégie pérenne et efficace

- L'analyse des indicateurs clés de performance pour mesurer la répercussion des actions et optimiser la stratégie de communication Social Media

Durée, horaire et lieu

- 2 journées soit 14 heures
- De 9h à 13h et de 14h à 17h
- En visio-conférence ou sur le lieu d'exercice du stagiaire

Public concerné

- Indépendants, dirigeants d'entreprise ou collaborateurs ayant la charge de la communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux

Prérequis

- Utiliser les réseaux sociaux dans le cadre de son activité professionnelle

Objectifs

- **Gagner** en efficacité et en productivité dans la communication de l'entreprise en mettant en place une stratégie adaptée, cadrée et efficace sur un ou plusieurs réseaux sociaux
- **Gagner du temps** en utilisant des outils de programmation de contenus
- **Analyser** les indicateurs clés de performance pour améliorer la communication d'entreprise sur un ou plusieurs réseaux sociaux

Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

La pédagogie repose sur l'utilisation d'un cas concret d'entreprise et l'étude des solutions apportées aux problèmes liés aux sujets traités.

Visio Microsoft Teams

Apport théorique sur vidéoprojecteur ou ordinateur

Support Powerpoint

Étude de cas pratiques et exercices, QCM

Moyens d'évaluation



Evaluation des acquis du stagiaire en continue
QCM d'évaluation des connaissances
Attestation de fin de formation fournie à l'issue de la formation

Encadrement

Consultante formatrice possédant plus de 8 ans d'expérience dans la communication Social Media