

# COMMUNICATION DIGITALE ET RESEAUX SOCIAUX



## OBJECTIFS

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux



**Durée**

**14** HEURES  
**2** JOUR(S)



**Pré requis**

Aucun.



**Public concerné**

Chef d'entreprise ou responsable de la communication.

**TYPE DE FORMATION :** Présentiel

## PROGRAMME

### ELABORER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Choisir le ton de sa communication

### PANORAMA DES RESEAUX ET MEDIAS SOCIAUX

- Point sur l'évaluation des différents médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube

### ETABLIR UN DISPOSITIF SUR LES MEDIAS SOCIAUX POUR UN EVENEMENT

- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias
- Créer un dispositif cross-média pour valoriser un événement
- Utiliser les événements pour produire du contenu

### UTILISER LES RESEAUX ET MEDIAS SOCIAUX

- Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux
- Facebook :
  - Les différents formats : profil, page, groupe
  - La mise en forme des publications
  - Quelle utilisation des « fan pages » par les marques
  - Le Edge Rank de Facebook
  - La publicité sur Facebook
- Instagram :
  - Fonctionnalités et usages
  - Le vocabulaire : hashtag, followers
  - Travail sur l'image
  - Retouche photos
  - Mise en valeur
  - Publications sponsorisées

## METHODOLOGIE UTILISEE

Apports théoriques, exercices d'application.

## MODALITES

Un quiz d'évaluation initial est distribué portant sur les connaissances des salariés en amont de la formation.

À la fin de l'apport cognitif, un questionnaire d'évaluation des acquis est rempli par chaque salarié.

Un document d'évaluation de stage est distribué à chaque participant à la fin de la session, permettant d'évaluer à chaud l'atteinte des objectifs et attentes des stagiaires, le niveau de connaissances acquises ainsi que la pédagogie utilisée.

**Sanction de la formation :** attestation de formation ou d'assiduité nominative

## COMPETENCES VISEES

A l'issue de la formation, le participant a acquis les capacités nécessaires pour élaborer une stratégie de communication digitale.

## ENCADREMENT PEDAGOGIQUE

L'intervenant est un professionnel de la communication digitale et des réseaux sociaux.

La convocation et la convention vous seront envoyées  
par notre partenaire



Possibilité de prise en charge par un organisme financeur