

Gestion des contenus sur les réseaux sociaux

Formation avancée en communication réseaux sociaux !

Comment agir efficacement sur ces canaux et susciter le partage de contenu avec ses cibles ? Cette formation vous apportera une maîtrise des différents réseaux sociaux utilisés en France, définir une stratégie de présence, concevoir des messages adaptés et engageant en cohérence avec votre communication globale.

Objectifs de la formation :

- Créer et animer des communautés en ligne
- Savoir créer des contenus pour le web (vidéo, photo, texte, live)
- Mesurer et suivre la performance de ses actions
- Apprendre à mettre en place une veille

Publics : Responsable communication, responsable service client, community manager

Durée : 2 jours soit 14 Heures

Pré-requis : Utilisation fréquente des réseaux sociaux

PROGRAMME :

- Comprendre l'évolution des comportements des individus sur Internet
 - Le « poids » des individus dans les discussions sur Internet
 - Comprendre le processus d'influence dans la relation avec votre organisation
 - Évaluer sa E-réputation
- Construire et développer sa communauté sur les réseaux sociaux
 - Architecture de sa présence sur des réseaux sociaux
 - Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
 - Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.
 - Faire des membres existants des relais d'information.
 - Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences.
 - Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion.
 - Faire respecter les règles de la communauté
- Concevoir des contenus efficaces et percutants
 - Savoir créer des contenus pour le web (texte, image, vidéo, live)
 - Veille créative et curation de contenus (Feedly, Scoop-It, etc.)
 - Maîtriser les applications et outils d'aide à la création
 - Humaniser ses contenus et inciter ses membres à écrire
- Mettre en place des campagnes publicitaires
 - Les plateformes publicitaires (Ads manager) de Facebook, Twitter et LinkedIn.
 - Utiliser le ciblage comportemental.
 - Monter une campagne publicitaire.
 - Les annonces sur mobile.
 - Animer la page avec des jeux-concours : budget, organisation.

- Développer l'engagement avec les socionautes

- Appliquer la procédure
- Utiliser le « bon ton »
- Faire évoluer la relation et les échanges du canal « one-to-many » au canal « one-to-one »

- Organiser la veille d'informations et optimiser la détection d'éventuels problèmes

- Revue de différentes solutions d'écoute des discussions sur Internet
- Organisation pour sa veille sur le web
- Définir ses alertes
- Savoir gérer une crise sur les réseaux sociaux

- Savoir respecter le droit à l'image et le droit d'auteur

- Droit à l'image : quelles obligations
- Droit d'auteur : les risques si non-respect

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels. Formateur Expert reconnu.

Méthodes évaluation : A chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.

Ouverture d'une session à partir de 5 participants pour raison pédagogique

Nombre maximum de participants par session : 12