

OBJECTIF DE LA FORMATION

Facilité de publication et facilité de développement de services web conduisent à davantage de communication.

PARTICIPANT

Cette formation s'adresse aux professionnels qui doivent mener une stratégie de communication auprès de leurs clients et partenaires.

PRÉ-REQUIS

La maîtrise de l'outil informatique et de la navigation sur le Web est indispensable pour suivre ce stage.

FORMATEURS

Spécialiste en WEB

MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel
- Méthode interactive et intuitive
- Support Stagiaire
- Assistance téléphonique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

PROGRAMME**COMPRENDRE LES ENJEUX DES RESEAUX SOCIAUX !**

Identifiez votre cible / votre audience !
Établir les besoins et définir les objectifs
Déterminer une stratégie (moyens humains et financiers)
Création d'une ligne éditoriale
Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie marketing

LES PRINCIPALES PLATEFORMES

Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Youtube
Présentation, fonctionnalités et usages
Création d'une communauté
Acquisition de fans
Engagement, fidélisation et récompense
Trousse à outils : les logiciels indispensables

Cas pratiques + exercices

CREATION, CURATION, DIFFUSION ET PLANIFICATION DE CONTENUS

Prendre la parole et rédiger pour les réseaux sociaux
Animer et modérer
Notion de storytelling
10 raisons de partager du contenu
Création de rituels communautaires
Définition d'un calendrier (semaine type, dates clé, actualités,)
Cas pratiques + exercices

**RESEAUX SOCIAUX ET RELATION CLIENT
RESEAUX SOCIAUX ET GESTION DE CRISE
RESEAUX SOCIAUX ET REFERENCEMENT**