

Public	Tout poste de direction, responsables marketing et communication (tous secteurs confondus).
Durée	1 journée - 7 heures
Pré-requis	Aucun.
Objectifs	Définir les étapes de mise en place d'une stratégie social media Distinguer les outils utilisés dans chacune de ces étapes Mettre en place des éléments propres à votre stratégie social media Identifier les outils (par exemple Hootsuite) et les modes d'organisation pour vous faire gagner du temps au quotidien.
Méthodes pédagogiques	Pour bien préparer la formation, le stagiaire remplit une évaluation de positionnement et fixe ses objectifs à travers un questionnaire. La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstratives, interrogatives et actives (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification. Cette formation est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômés et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Audit Conseil Formation.
Moyens techniques	1 poste de travail complet par personne De nombreux exercices d'application Mise en place d'ateliers pratiques Remise d'un support de cours Passage de certification(s) dans le cadre du CPF Remise d'une attestation de stage
Modalité d'évaluation des acquis	Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation Evaluation technique des connaissances en pré et post formation Evaluation générale du stage
Délai d'accès	L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session
Accessibilité handicapés	Au centre d'affaires ELITE partenaire d'ACF à 20 m. Guide d'accessibilité à l'accueil.

1. STRATÉGIE ÉDITORIALE

- Stratégie de communication vs stratégie social media (SMO : Social Media Optimization)
- Définir votre objectif principal / vos objectifs secondaires
- Qui sont vos personas ?
- La ligne éditoriale
- Le "content marketing"

2. COMMENT S'ORGANISER ?

- Comment trouver des idées ?
- Où trouver le contenu ?
- La notion de POEM (Paid, Owned, Earned, Media)
- Typologie de publications et médias : textes, photos, vidéos, podcasts
- Processus de création de contenus : la curation, la production propre
- Les chartes éditoriales
- Le planning éditorial
- Le workflow

3. COMMENT MESURER LES RÉSULTATS ?

- Quels indicateurs de performance (KPI) ?
- Engagement vs taille de communauté
- Mesurer l'engagement

4. HOOTSUITE : EXEMPLE D'OUTIL DE VEILLE ET D'AUTOMATISATION

- Fonctionnement de Hootsuite
- Créer et paramétrer votre compte
- Paramétrer votre outil de veille
- Automatiser vos publications : suggestion de posts, programmer vos posts

NOUS CONTACTER

Siège social

16, ALLÉE FRANÇOIS VILLON
38130 ÉCHIROLLES

Téléphone

04 76 23 20 50 - 06 81 73 19 35

Centre de formation

87, RUE GÉNÉRAL MANGIN
38000 GRENOBLE

E-mail

contact@audit-conseil-formation.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux, rejoignez la communauté !



ACF Audit Conseil Formation



@ACF_Formation



ACFauditconseilformation