



## 2 Jours Les réseaux sociaux - Stratégie de communication digitale

dans CREATION WEB - REFERENCEMENT / Réf : BUR-WEB-27

### Objectifs de la formation

- Élaborer une stratégie de communication numérique
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- Identifier les leviers pour réussir

### Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

#### Jour 1 - Matin

##### 1. Identifier l'évolution du web

- Les grandes périodes de l'internet
- Les outils disponibles pour agir sur le web
- Tentative de perspectives sur l'évolution des médias sociaux

##### 2. Distinguer les différents réseaux sociaux

- Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Telegram, Snapchat...
- Les décentralisés (Diaspora, Mastodont, Peertub...)
- Mode de fonctionnement et spécificités de chacun
- Un seul compte, plusieurs comptes ? risques et solutions
- Incidence de leur hégémonie sur le fonctionnement du web

#### Jour 1 - Après-midi

##### 3. Décrire l'impact des réseaux suivant l'utilisateur



- Pour le particulier et le salarié
- Pour les sociétés commerciales, groupes et indépendants
- Pour les institutionnels et assimilés

#### 4. Identifier le passage à une société de transparence

- Remarquer le changement de frontière entre public et privé
- Satisfaire les visiteurs demandant plus de transparence
- Comprendre le changement du monde du client au monde de l'ami
- Faire avec la montée en puissance des bloqueurs de publicité
- Gérer les crises dans ce monde de verre

### Jour 2 - Matin

#### 5. Identifier les incidences du changement d'organisation au niveau de la communication

- Perte d'hégémonie des canaux des médias classiques
- Naissance de l'individu acteur et mort lente du spectateur
- Montée en puissance de nouveaux médias et leurs filtres
- Agir dans le monde de l'immédiateté et de l'événement permanent

#### 6. Définir une stratégie

- Choisir des objectifs réalistes à atteindre
- Définir le temps et le budget à y consacrer
- Mettre en œuvre des moyens adaptés
- Choisir ses cibles en termes de public

### Jour 2 - Après-midi

#### 7. Améliorer sa présence sur internet grâce au blog

- Définir les informations à communiquer à travers le blog
- Encadrer la charge de travail et la fréquence d'actualisation
- Penser dès le début au référencement
- Créer plusieurs blogs pour attirer et sélectionner par des canaux différents



## 8. Concevoir son blog pour générer du trafic

- Cultiver les visiteurs qualifiés ou des pièges à click
- Utiliser les sites parallèles pour un meilleur classement
- Créer des groupes de site (ou pages) pour ratisser large
- Proposer différent type de messages

### Pré-requis

Avoir une connaissance des réseaux sociaux ou les utiliser régulièrement

### Public cible

Toute personne souhaitant utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication

### Pédagogie

#### Méthodes pédagogiques

- Exercices d'autopositionnement, partages d'expériences interactifs entre stagiaires
- Supports théoriques et pratiques
- Mises en situation

#### Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.
- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

