

Développer son activité grâce aux outils du web et aux réseaux sociaux - distanciel

Cette formation s'adresse prioritairement aux professionnels de petites entreprises ou associations de moins de 50 salariés. Les professionnels de ces structures sont rarement des experts du numérique et de ses usages. Ils maîtrisent moins les outils de communication et de promotion d'image. Ces structures sont alors pénalisées dans leurs actions de recrutements et elles ont plus de difficultés à fidéliser leurs salariés.

Certaines utilisent les réseaux sociaux de manière ponctuelle, publient épisodiquement lorsqu'elles en ont le temps et sans connaissance du fonctionnement algorithmique des plateformes. Ce faisant, elles sont moins « visibles » que les grandes entreprises et souffrent souvent d'un "déficit d'image" lors de réponses à des appels à projet, mises en concurrence, recrutements...

Or, être visible sur internet et développer une communication stratégique sur les réseaux sociaux constituent aujourd'hui des enjeux majeurs ! La maîtrise des outils de communication apparaît donc comme l'une des voies incontournables pour se faire connaître, être attractif, véhiculer une image positive... et ainsi attirer les regards sur son entreprise pour attirer des candidats, augmenter les chances de succès lors des appels d'offres...

La formation vise à aider les dirigeants et cadres des petites structures à s'acculturer aux outils du Web pour développer leur visibilité sur un ou plusieurs réseaux sociaux et les accompagner dans l'élaboration d'une stratégie de communication éditoriale valorisante.

Durée: 14.00 heures (2.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Dirigeants/managers de petites entreprises ou associations de moins de 50 salariés.

Prérequis :

- néant

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la fonction et les usages possibles des réseaux sociaux.
- Développer son image de marque et sa réputation sur les réseaux sociaux, en adoptant une stratégie éditoriale pertinente et efficace.
- Identifier le fonctionnement des principaux réseaux sociaux et les enjeux des nouveaux usages du web 4.0.
- Créer concrètement un plan média éditorial et des contenus valorisants.
- Sensibiliser à l'utilisation de l'IA dans la conception de la communication.

Contenu de la formation

- Demi-journée n°1 : Se repérer dans l'offre digitale au service de son E-réputation
 - E-Tutorat : Accueil des participants dans la salle virtuelle. Ajustements techniques.
 - Webinaire : Panorama des tendances actuelles en matière de E-réputation et de communication numérique. • Les signaux sociaux, les sources d'information, la vidéo et le podcast, la marque employeur, Définition de l'e-réputation. Les sources d'influence. L'évolution de l'expérience client. Le rôle des salariés et les risques • Les impacts sur la marque • Les différents réseaux sociaux professionnels : page entreprise Facebook, Twitter, Instagram, profil et page entreprise LinkedIn, chaîne YouTube, TikTok • Le fonctionnement des algorithmes, les évolutions régulières des boutons d'actions, les choses et comportements à éviter
 - Organiser sa veille de E-réputation : • Définir son périmètre de veille et ses objectifs. Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI). Les outils de veille gratuits. Utiliser Twitter comme outil de veille. Les hashtags dans une publication : rôle et usage. • Les principes clefs de présence numérique et l'animation d'une communauté
- Demi-journée n°2 : Stratégie et E-réputation
 - Webinaire introductif : Gérer son E-réputation
 - L'audit social média : Positionnement, audience, contenus éditoriaux réseaux sociaux des concurrents
 - Le plan rich-média : Les jours et heures de planification, le comportement social de l'utilisateur, la méthode ECPARE, les contenus attendus
 - Les impacts sur l'organisation et le rôle du Community manager associé à sa fonction initiale, le temps affecté aux réseaux sociaux par jour et par semaine.
- Demi-journée n°3 : Positionnement et audit social media
 - E-Tutorat : Accueil des participants dans la salle virtuelle. Ajustements techniques.
 - Webinaire : L'audit social media : quelles pratiques des réseaux sociaux et de la non-concurrence ? • Le positionnement de l'entreprise ou de l'association : notoriété, image de marque, les réseaux sociaux choisis • Présentation de la matrice AUDIT : Objectifs souhaités, audiences, sujets à traiter ; • La charte éditoriale à définir : hashtags, tonalité, langages, polices, images noir et blanc, couleur, animations, émoticônes, vidéo • Les participants partageront leurs analyses en groupe après un travail de recherches sur le web et sur les réseaux sociaux de leurs concurrents
 - La configuration et paramétrages de leur réseau social / l'IA ressource et alliée • Les champs obligatoires à renseigner, la qualité des images, la prise en main de l'espace de publication, la création d'un post et d'une story • L'IA au service de l'élaboration de contenus : Chat GPT et ses avatars gratuits
- Demi-journée n°4 : Les outils digitaux au service de l'E-réputation
 - Webinaire : La création d'une story en image fixe avec l'outil Canva, logiciel gratuit • Déterminer la charte graphique de publication : couleurs, logos, police, tonalité • Tutoriel de l'outil CANVA et l'utilisation de modèles STORY et Publications Réseaux sociaux • Conception d'une story en image fixe sur une actualité et conception d'une publication sur un événement passé ou futur
 - La création d'une vidéo avec l'outil Canva, logiciel gratuit • Déterminer la charte graphique de publication : couleurs, logos, police, tonalité • Tutoriel de l'outil Canva et l'utilisation de modèles • Conception d'une vidéo de présentation de l'entreprise ou de l'association
 - Évaluation des acquis de la formation (grille d'évaluation, QCM...)

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

L'équipe de formateurs mobilisée pour cette action dispose d'une expertise sur le développement de l'attractivité via les réseaux sociaux :

- Arielle GIROT, Formatrice en communication et en médiation éducative en établissements scolaires

- Séverine CHARLON - Formatrice-coach digital - Chef d'entreprise spécialisée Transitions et médiations numériques

- Juliette PHUONG - Formatrice et conférencière, spécialisation diversité et inclusion

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation INTRA
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.

Réalités & Projets Consultants

43 rue d'Armagnac

33800 Bordeaux

Email : a.coquil@realites-et-projets.fr

Tel : +33533095304



- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.