

## 2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

### REFERENCE AS FORMATION

E - Communication & Marketing 2E-008

### OBJECTIF

Mieux appréhender la communication digitale sur les médias sociaux

### PUBLIC VISE

- Directeur ou responsable marketing
- Responsable communication
- Community manager
- Attaché(e) de presse
- Chargé(e) des relations publiques

### PRE-REQUIS

Connaissances de la navigation sur internet

### DURÉE en HEURES :

14h

### METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel animée en français
- 4 à 6 stagiaires par formateur
- Contrôle continu et certificat de stage

### FORMACODE :

72410 (Application réseau social)

### CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

### Présentation du web social

- Découverte des acteurs
- Les enjeux

### Définir une stratégie sur les médias sociaux

- Etablir un diagnostic
- Identifier les médias en rapport avec sa stratégie
- Etablir un plan d'action et une ligne éditoriale

### La création de contenus

- Ecrire sur le web
- Curation de contenus
- Création d'images et de vidéos
- Présentation d'outils de veille, de communication, de mesure et de création
- Les blogs

### L'animation de sa communauté

- Organisation d'événements
- Réseaux d'influenceurs
- Référencement naturel et payant
- Développement de sa présence sur les réseaux sociaux

### Surveillance et mesure

- Savoir mettre en oeuvre une veille stratégique et concurrentielle
- L'analytic
- Indicateurs clés de performance
- E-réputation

### Mise en application

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE