

Réseaux sociaux

## Stratégie éditoriale - Savoir se positionner sur les réseaux sociaux

1 jour (7h00) | ★★★★★ 5/5 | RSOC-EDITO | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel <sup>(1)</sup>

Formations Multimédia > Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média > Réseaux sociaux



### À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Connaître les étapes de mise en place d'une stratégie social média
- Connaître les outils utilisés dans chacune de ces étapes
- Mettre en place des éléments propres à votre stratégie social média
- Connaître les outils (par exemple Hootsuite) et les modes d'organisation pour vous faire gagner du temps au quotidien.

### Niveau requis

Aucun.

### Public concerné

Tout poste de direction, responsables marketing et communication (tous secteurs confondus).

### Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

#### (1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel \* (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes \*\* démonstrative, interrogative et active (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.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

\* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. \*\* Ratio variable selon le cours suivi.

# Programme

## Stratégie éditoriale

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

## Comment s'organiser ?

- Comment trouver des idées ?
- Où trouver le contenu ?
- Typologie de publications
- Processus de création de contenus
- Les chartes éditoriales
- Le planning éditorial
- Le workflow

## Comment mesurer les résultats ?

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

## Hootsuite : 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

## Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)