

# Stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux

Réf. : FT-WEB-STRATEDIT-LC

Durée formation : 2 jours - 14 heures

**Définition :** Les réseaux sociaux sont devenus une composante essentielle du dispositif de communication digitale de l'entreprise. La présence de nombreux fans potentiels incite les marques mais aussi les entreprises, les associations, et les institutions du secteur public à se rapprocher de leur audience. Une stratégie éditoriale clairement définie permet une communication solide, pertinente et impactante sur les réseaux sociaux. Cette formation vous aidera à définir votre stratégie éditoriale pour développer de façon efficace l'image et la notoriété de votre structure.

**Objectifs :** Définir sa stratégie d'entreprise sur les réseaux sociaux. Exister, séduire et animer pour fidéliser. Animer et développer sa communauté.

**Public :** Les commerçants, les artisans, les gérants de TPE/PME, les Institutions publiques/privées.

**Pré-requis :** Maîtriser la navigation Internet et les réseaux sociaux.

**Compétences acquises :** Connaître les différentes étapes de la stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux. Utiliser les outils adaptés. Optimiser l'organisation et la gestion du temps.

**Méthode pédagogique :** Formation en groupe avec un formateur. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse. Alternance théorie et pratique. Accompagnement dans la création des comptes sur les réseaux networking et sites web référencés diffuseurs de CV sur internet. Les apports méthodologiques sont illustrés d'exemples puis concrétisés à partir d'une recherche collective sur l'application possible en situation.

**Déroulement de la formation :** Mise à disposition d'une salle de formation équipée d'ordinateurs, licences à jour, de vidéo-projecteur, de tableau blanc. Accueil du/des stagiaire(s) 15 minutes avant le démarrage de la formation autour d'un café.

**Suivi :** Avant la formation, le participant est invité à compléter un questionnaire d'évaluation avant formation. Il pourra être audité par le formateur et/ou le conseiller commercial. En début de formation, le participant est invité à exprimer ses attentes afin de valider l'adéquation entre les objectifs individuels et de formation. Ces attentes seront reprises lors de la séquence d'évaluation de la formation pour relever, en tour de table, le niveau d'attente exprimé par le participant ainsi que sa satisfaction vis-à-vis du contenu et du déroulement de la formation. Une fiche d'évaluation «à chaud» sera remplie par le stagiaire. Un compte-rendu de formation sera rédigé par le formateur à l'issue de la formation. Une fiche de suivi «post-formation» sera remplie par le stagiaire 3 mois après la formation afin de vérifier l'utilité de celle-ci.

**Moyen de suivi de la formation :** Émargement.

**Évaluation des acquis :** Réalisation d'un exercice pratique reprenant les notions abordées lors de la formation et/ou d'un quizz.

**Validation :** Une attestation de fin de formation sera remise à l'issue de la formation.

**Certification :** Questionnaire en ligne intégrant QCM et exercices pratiques en condition d'examen en fin de formation (en option, + 1h15). **Éligible CPF :** Oui.

## 1. DÉFINITION D'UNE LIGNE ÉDITORIALE RÉSEAUX

- Intérêt et objectifs généraux.

## 2. CHOIX DES RÉSEAUX

- Les réseaux généralistes.
- Les réseaux professionnels.
- Les réseaux d'images.

## 3. DÉFINIR LES OBJECTIFS RÉSEAUX

- Quel objectif pour quel réseau :
  - Notoriété.
  - Fidélisation.
  - Développement des ventes.
  - Engagement.
- La méthode SMART.

## 4. LE COEUR DE CIBLE

- Définir votre audience cible.
- Les personas :
  - Identification.
  - Comportement.
  - Centres d'intérêts.
  - Comportement vis-à-vis du social média.

## 5. LE COEUR DE LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

- Définir les thématiques / Sujets chauds et sujets froids.
- Définir les mots clés.
- Le style rédactionnel.
- Format de contenu / Infographie / Charte graphique.
- La modération.
- Le rythme de publications.
- Les boosters.

# Stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux

Réf. : FT-WEB-STRATEDIT-LC

Durée formation : 2 jours - 14 heures

## 6. LES RESSOURCES

- La gestion du temps.
- Les ressources humaines.
- Les ressources extérieures / Veille.
- Les ressources financières.

## 7. LES OUTILS DE PUBLICATION

- Le planning de publication.
- Les outils de veille et d'automatisation : Hootsuite, programmations.
- Les logiciels de créations graphiques.

## 8. LES OUTILS DE MESURES STATISTIQUES

- Les statistiques Facebook.
- Les indicateurs de performance (KPI).
- Le reporting.

## 9. MISE EN PRATIQUE

- Booster une publication Facebook.
- Le planning Excel.
- Créer un compte Hootsuite.
- Automatisation des posts.

## 10. CERTIFICATION ET CODE CPF (EN OPTION)

- Cette formation prépare à la Certification.
- Code correspondant sur le site officiel du CPF : [www.moncompteformation.gouv.fr](http://www.moncompteformation.gouv.fr).