



## STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

### ORGANISME DE FORMATION

Raison sociale : SARL ATOUT TERROIR - N° de SIRET : 823 268 743 00023

N° Déclaration Activité Prestataire de Formation : 76340937537

ATOUT TERROIR est certifié au DATADOCK

Adresse : 5 rue de la Lucques Saint André De Sangonis 34725

Tél : 06 95 09 00 47 - E-mail : laetitia@atout-terroir.com - Site internet : www.atoutterroir.com

Interlocuteur à la disposition des entreprises et des stagiaires : Buron Laetitia

**Domaine** : Communication – **Thème** : Communication Digitale – **Formacode** : 46301

**Modalité** : Présentiel – **Effectif** : Mini 2 pers / Max 10 pers - **Date** : 1 journée de 7h. De 09h à 13h et de 14h à 17h - **Lieu** : En centre

**Public ciblé** : Tout public - **Tarif** : A définir

### OBJECTIFS

- Découvrir et/ou approfondir ses connaissances en matière de réseaux sociaux
- Intégrer les réseaux sociaux au sein d'une stratégie de communication efficace et opérationnelle
- Comprendre les bases d'une stratégie de communication

### PROGRAMME DE FORMATION

- **Panorama des réseaux sociaux Principes et règles d'usage** : Facebook - Instagram - Twitter - You Tube - LinkedIn - Snapchat
- **Etape 1 : Autodiagnostic** : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces - Quelle est ma stratégie aujourd'hui ? - • Quelle est mon e-réputation ? Quels sont mes objectifs ?
- **Etape 2 : Établir une stratégie de communication digitale** : Bâtir un plan de communication : Quels réseaux pour quels objectifs ? - • Définir le ton de ma communication - Évaluer les fréquences de communication selon les réseaux - 1er Nez et 2nd Nez
- **Etape 3 : Ma communication globale** : Sur Facebook : différences entre les types de pages/profils et les actions possibles sur le réseau  
Sur Instagram : profil professionnel ou personnel ? quelles actions possibles ?  
Sur Twitter : Fonctions et actions possibles ?  
Repérer et communiquer avec les blogueurs ou comptes influents afin d'augmenter sa visibilité digitale
- **Etape 4 : La communication d'un évènement** : Augmenter la visibilité de l'évènement grâce aux réseaux sociaux - Identifier les opportunités publicitaires sur Facebook, Twitter et Instagram - Connaître les différentes métriques : like, share , porté, impression , followers, ...

### PRÉ-REQUIS

- Aucun

### MODALITÉS TECHNIQUES, PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

1. les moyens pédagogiques :  
Méthode active et participative . Énoncés théoriques - Exercices d'application - Le stagiaire est évalué en début et en fin de formation.
2. les matériels utilisés :  
Powerpoint
3. Niveau: Formation certifiante

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Des connaissances : QCM de fin -
- De l'appréciation des participants : compte-rendu d'intervention formateur et évaluation stagiaire.