

Perfectionner sa stratégie sur ses réseaux sociaux

Programme générique en date du 9 janvier 2023. Il peut être adapté à vos besoins.

Présentation générale	<p>Il est important de perfectionner la stratégie de réseaux sociaux d'une organisation. Tout d'abord, cela peut aider à atteindre les objectifs politiques, commerciaux et de communication. En utilisant les réseaux sociaux de manière efficace, il est possible d'augmenter la visibilité de l'organisation et d'atteindre un public plus large. Cela peut aider à attirer de nouveaux adhérents, à fidéliser les adhérents existants et à renforcer la marque.</p> <p>De plus, une stratégie de réseaux sociaux bien conçue peut aider à améliorer la réputation en ligne et à gérer les réputations positives et négatives de l'organisation.</p> <p>Enfin, une stratégie de réseaux sociaux bien conçue peut aider à collecter des données précieuses sur le public et à mieux comprendre ses besoins et préférences. Cela peut aider à améliorer votre stratégie de marketing et à cibler de manière plus efficace vos efforts de communication.</p> <p>En résumé, perfectionner la stratégie de réseaux sociaux de l'organisation peut aider à atteindre les objectifs politiques, commerciaux et de communication.</p>
Pré-requis	<ul style="list-style-type: none">• Avoir une stratégie de communication• Avoir une présence minimale sur les réseaux sociaux
Objectifs généraux	<ul style="list-style-type: none">• Augmenter l'impact de la communication• Améliorer la qualité des contenus sur les réseaux sociaux• Impliquer les parties prenantes de l'organisation (conseil d'administration, collègues et bénévoles) en facilitant les interactions
Objectifs opérationnels, pédagogiques, évaluables	<ul style="list-style-type: none">• Connaître les 6 réseaux sociaux les adaptés au public de la MDA.• Définir une stratégie communautaire adaptée aux publics cibles intégrant l'ensemble des parties prenantes de la MDA.• Identifier les différents types de contenus réalisables sur Twitter et Facebook, par exemple, une vidéo, un tweet ou une story.• Créer un planning de publication mensuel pour planifier et mieux organiser les publications
Public concerné	<ul style="list-style-type: none">• Chargée de communication• Community manager• Responsable, direction
Modalités d'inscription et délai d'accès	contact@maroin.fr 06 52 76 90 67
Méthodes mobilisées	5 méthodes pédagogiques seront utilisées : <ul style="list-style-type: none">• Expositive• Interrogative• Découverte active• Participative• Expérimental
Ressources pédagogiques	<ul style="list-style-type: none">• Supports de cours théorique• Exercices pratiques• Jeux de rôle, mises en situation à partir de cas vécus par les stagiaires avec analyse collaborative• Travail sur les dossiers des stagiaires
Modalités d'organisation	100 % présentiel 9h00 - 12h30 ; 14h - 17h30
Matériel pédagogique	La salle de formation est équipée d'un paperboard, tables, chaises, vidéoprojecteur. Le formateur amène les feutres et les affiches.
Modalités d'évaluation	Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques. Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.
Accessibilité des personnes en situation de handicap	Une équipe de référent•es Handicap se tient à disposition pour recueillir tout besoin spécifique. Une solution de compensation est définie et mise en place en lien avec le formateur, la personne concernée. Pour contacter l'équipe de référent•es Handicap : handicap@opteos.fr.

Tarif indicatif 700,00 €
50,00 € de l'heure

Cette prestation de formation est exonérée de TVA conformément à l'article 261 du CGI
Tarif inter-entreprises par stagiaire. Contactez-nous pour un tarif de groupe

Durée 14 heures

Intervenant(e)

Son CV

https://formation.opteos.fr/wp-content/uploads/user_doc/maroinaldandachi/Profile.pdf

Maroin Al Dandachi

Formateur depuis 2017, j'accompagne les acteurs de l'économie sociale et solidaire dans la transition numérique.

Site internet, outils collaboratifs, gestion des agendas... : les possibilités de la collaboration sont infinies. L'enjeu, c'est l'humain, et la prise en compte des spécificités individuelles. La fracture numérique est présente partout, mon approche vise à autonomiser et à créer des cercles de solidarités numérique à l'intérieur des organisations.

Contenus

Jour 1 :

- Connaître les 6 réseaux sociaux les plus utilisés
1. Facebook
 2. Twitter
 3. LinkedIn
 4. Instagram
 5. Youtube
 6. TikTok et Snapchat
- Définir une stratégie communautaire adaptés aux publics cibles
1. Mesurer les résultats de la stratégie précédente
 2. Identifier les publics cibles, les messages et les objectifs
 3. Sélectionner les réseaux sociaux les plus adaptés aux objectifs

Jour 2 :

- Identifier les différents types de contenus réalisables sur Twitter et Facebook
1. Comment créer du contenu qui intéresse et engage votre audience ?
 2. Quelles sont les bonnes pratiques pour la création de contenu sur les différents réseaux sociaux ?
- Créer un planning de publication pour planifier et mieux organiser les publications
 - Déterminer les indicateurs de performance pour suivre l'engagement