Programme de formation - 4 jours - Niveaux : initiation

Stratégie

Se lancer sur les réseaux sociaux, développer et réussir sa présence

En préambule…

Alors que plus d'1 français sur 2 est actif sur les réseaux sociaux, peut-on encore penser stratégie de communication sans penser réseaux sociaux ?

Aujourd'hui, communiquer de façon efficace sur les réseaux sociaux offre de véritables opportunités pour interagir avec votre audience.

Visibilité, ciblage précis et création d'interactions, les réseaux sociaux sont devenus un outil d'information et d'engagement non négligeable dans l'établissement de vos stratégies de communication.

Mais pour en tirer le meilleur parti, il est nécessaire de connaître les caractéristiques de chaque réseau social et d'adapter votre community management à chaque support.

Le community management est aujourd'hui devenu une discipline à part entière qu'il est nécessaire d'intégrer à votre stratégie de communication globale, qui se structure et répond à des objectifs précis.

Pré-requis
Avoir des connaissances de base dans le domaine du digital.

Durée
Programme sur un total de 24 heures soit 4 jours.
Programme standard : consultez-nous pour toutes demandes spécifiques.

Objectif
Mise en place d'une stratégie digitale pour se lancer et développer son entreprise ou sa marque sur les réseaux sociaux. Créer des contenus de qualité et définir une stratégie réseaux sociaux.

Méthodologie
Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation
Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques.

Jour 1
Création d'image pour les réseaux sociaux 1/2

• Concevoir un visuel ou une infographie pour les réseaux sociaux : les questions à se poser avant la ,création d'un visuel (fonction de l'image, cadrage et expressivité, illustration et motion, datavisualisation, photo et vidéo),
• Maîtriser l'expressivité des formes et des couleurs, de l'organisation d'une mise en forme.
• Les outils de création de visuels et de manipulation du vectoriel (illustrator, figma) : Le dessin vectoriel, manipulation de la plume, points d'ancrage et points directeurs, arcs et formes simples - Le crayon et le pinceau - Les types de sélection - Les formes et les symboles - Les styles graphiques, gestion des couleurs et bibliothèques.

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable sur notre site web en bas de page.

Jour 2
Création d'image pour les réseaux sociaux 2/2

• Créer des visuels avec les bonnes typographies : leurs rôles, les classifications et leurs usages, maîtriser son choix et l'impact recherché. Attirer « avec les mots » comme visuel.
• Comprendre et maîtriser les résolutions d'images et format d'enregistrement pour le digital. Les formats et tailles d'images pour les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) : illustration des posts ou sponsorisation.
• Imaginer une animation / Quels outils utiliser / Savoir scénariser, construire et raconter une histoire: développer le storytelling (structure, rythme, personnages...) - Comment capter l'attention et développer l'expérience utilisateur / L'impact de la musique dans la perception d'un message.
• Construire un texte pour les réseaux sociaux : définir son positionnement et son identité - construire une image cohérente (charte graphique, logo intro et outro d'animations) et un positionnement identifié (ligne éditoriale, ton et signature).

Jour 3
Développer sa stratégie sur les réseaux sociaux

• Définir une stratégie digitale globale : Cibles et positionnement / Philosophie et objectifs / Les facteurs de succès / Relations influenceurs et contenu d'experts : établir des partenariats en lien avec la stratégie éditoriale.
• Identifier la(les) ligne(s) éditoriale(s) à développer : cible, objectif et ton sur chaque réseau Social, recherche du champ lexical (et des emojis) adapté au langage de sa cible, analyse des stratégies éditoriales concurrentes) / Créer du contenu engageant : le choix des thématiques / Impliquer l'audience, inciter au partage, ajouter un appel à l'action, le contenu à valeur ajoutée, quels contenus sur quels réseaux).
• Attirer et convertir : Favoriser l'inbound Marketing, développer le social selling / quel réseau choisir.
• Animer et développer sa communauté / Construire un plan d'actions (temporalité des posts et annonce, phase d'analyse des statistiques).
• Profil community manager (qualité, tâches quotidienne...)
• Good Buzz et Bad Buzz (la gestion de crise, gérer un troll).

Jour 4
Créer ses comptes, publier, analyser/mesurer/adapter

• Créer et paramétrer ses comptes sur les réseaux sociaux.
• Définir les rôles administrateurs : la gestion de pages à plusieurs.
• Appliquer un planning de publication et organiser son temps de gestion des réseaux sociaux : les publications programmées.
• Mesurer la performance de ses réseaux sociaux facebook my business, que révèlent les statistiques des réseaux sociaux).
• Mesurer l'impact de sa communication avec Google Analytics.
• Les publications sponsorisées : Quand faut-il créer des campagnes sponsorisées ? Comment créer une campagne sponsorisée ? (les outils Facebook Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads Manager...) Les formats publicitaires Créer une campagne sponsorisée efficace : un contenu rédactionnel et visuel,engageant Objectifs, ciblage et budget (CPC, CPM, CPA,CPL) / Campagnes sponsorisées et Google Ads ; multiplier les points de contact avec ses cibles).
• Mesurer l'efficacité de ses campagnes
• Gérer les avis utilisateurs Google (initier/favoriser, collecter, répondre, publier)

aneth Thaumiaud,
Directrice Artistique de la couleur du Zèbre, Strasbourg
et consultante en communication spécialisée dans la conception d'identités visuelles, de chartes graphiques, ainsi que dans le conseil en communication et dans la réalisation d'audits en UX et ergonomie.
aneth@lacouleurduzebre.com / 03 69 96 41 69 /

Dernière mise à jour : Février 2021 - la couleur du Zèbre © TOUTES UTILISATIONS OU REPRODUCTIONS EST STRICTEMENT INTERDITE.