

# Animer les réseaux sociaux d'une collectivité territoriale, d'une structure publique ou parapublique, d'une association

Thèmes : Communication - Bureautique / Informatique / Web - Stratégie d'entreprise

Tarifs : 2 100 € / personne ; 3 500 € / groupe

Durée en jours : 3 jours / Durée en heures : 21 heures / Mode formations : Distanciel / Qualiopi : Certifié

## Objectifs de la formation

Développer une stratégie digitale sur les réseaux sociaux, en adéquation avec la communication globale d'une collectivité territoriale, d'une association ou d'une structure publique ou parapublique.

## Objectifs pédagogiques

- Esquisser le style de sa structure à partir de son identité et de son ADN.
- Façonner une stratégie éditoriale en adéquation avec les besoins de la structure.
- Produire et assembler des éléments visuels et écrits, pour créer des supports de communication aux formats requis par les différents réseaux sociaux.
- Expérimenter fonctionnalités et les potentialités sur Facebook, LinkedIn, Instagram.

## Principaux contenus pédagogiques

### J1 / Identité textuelle et graphique

- ADN numérique : ton, valeurs, messages, e-reputation
- Stratégie éditoriale : cadre pour s'organiser, cohérence d'ensemble, objectifs, publics, temporalité, format
- Types de contenus : choix de plateformes, adaptation aux réseaux, sujets pérennes ou d'actualité, visages et histoires, crédibilité
- Bases pour être lisible et agréable : synthèse, hiérarchisation des infos, mise en page, jargon, formats d'image, Canva

### J2 / Facebook, Instagram, LinkedIn : fonctionnements et intérêts pour les collectivités

- Formats : profil, page, groupes, évènements, articles
- Publication et programmation : hashtags, mentions, liens
- Fil d'actualité, mur, messages privés
- Développement d'une communauté, diffusion de

## Méthodes pédagogiques

- Apport de connaissances et d'outils méthodologiques.
- Exercices, échanges et mise en pratique sur des situations concrètes proposées par la formatrice ou rencontrées par les stagiaires.
- Powerpoint en partage d'écran.
- Création et animation de comptes sur les 3 plateformes, sur un sujet choisi, pour pratiquer la production de contenus visuels et textuels et l'exploration des fonctionnalités.

## Moyens et supports remis aux stagiaires

- Documents supports pour les exercices durant la formation, ils pourront servir de base aux réflexions et travaux futurs.
- Powerpoint qui résume les grandes lignes du contenu transmis.

## Modalités d'évaluation

- Quizz, QCM, exercices pratiques, échanges en binômes et en groupe, en amont + en continu.
- Bilan collectif oral à chaud à la fin de la session, autour des comptes animés par les stagiaires + questionnaire d'appréciation.
- Questionnaire d'évaluation à froid (6 mois après).

## Public visé

Personnes en charge de la communication en collectivité locale, en structure publique ou parapublique, ou dans une association.

## Nombre de participants

1 à 4

## Pré-requis

Minimum d'aisance avec l'outil informatique, accès à une connexion internet stable et à un ordinateur avec webcam.

l'information, communication marchande

### **J3 / Approfondissement pratique**

- Echanges autour de cas concrets
- Publications sponsorisées
- Analyse des performances

### **Accessibilité**

Renseignements pris en amont sur les handicaps présents, dans le but si possible de s'adapter.

### **Contact**

Claire Imbert

06 25 44 97 33

cimbert@lasouffleusedemots.bzh

---

Avant-Premières - SARL SCOP à capital variable - Coopérative d'activité et d'emploi

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 53 22 08128 22 auprès du préfet de Région Bretagne, organisme de Formation référencé au Datadock.

Siège social : Bâtiment Penthièvre - Novapôle - 2 rue de la Croix Lormel, 22190 Plérin

formations.cae22.coop