

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, événements, 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

cimberty@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.
Siège social : Bâtiment Penthievre - Novapôle - 2 rue de la Croix Lormel, 22190 Plérin
formations.cae22.coop