

Construire sa ligne éditoriale sur les réseaux sociaux



Contexte et objectifs généraux :

Que vous ayez déjà un ou plusieurs comptes sur les réseaux sociaux ou non (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, LinkedIn...), cette formation est faite pour vous.

Vous souhaitez développer votre visibilité sur les réseaux sociaux, interagir avec votre communauté pour promouvoir vos services, dialoguer avec vos clients ou usagers, enrichir vos contenus ? Cette formation aborde la question primordiale : quelle stratégie de contenus sur les réseaux sociaux ? Si vous souhaitez également apprendre à créer votre page Facebook ou votre compte Twitter, nous vous invitons à suivre avant ou après les formations suivantes

Compétences visées :

à l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Savoir définir une ligne éditoriale cohérente sur ses différents comptes
- Comprendre les notions de style et de ton éditorial

Moyens pédagogiques :

- Pédagogie interactive et participative.
- Alternance d'exposés et de cas pratiques.
- Un support de cours est remis en fin de formation

Modalités et délais d'accès :

Nous avoir renvoyé la convention signée au plus tard 24h avant la formation

Suivi de l'exécution :

Feuilles d'émargement signées par le stagiaire, attestation de fin de formation individuelle mentionnant la nature, la durée de l'action ainsi que les résultats des acquis de la formation. Questionnaires stagiaire et formateur

Situations particulières :

Pour toute difficulté ou handicap, veuillez contacter celine.robert@com3elles.com pour voir les éventuelles adaptations à prévoir. 

Durée : à partir de 1,5 jour

Disponible en :

- Présentiel
- Distanciel
- Mixte

Intervenant : Catherine Epstein
Céline ROBERT

Prérequis :

Etre au clair sur ses objectifs de communication généraux. Savoir sur quelles plateformes la structure souhaite développer sa présence

Public visé :

Toute personne souhaitant développer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux

Avant la formation, un entretien avec le formateur ou le responsable pédagogique permettra d'évaluer les compétences, prérequis et besoins réels pour adapter la formation : contenu, durée et modalités.

[Demander un entretien](#)

Programme* :

- Déterminer ses objectifs de communication « sociale »
- Définir sa stratégie de contenu (organiser sa veille, typologie de messages, processus interne)
- Trouver son style et s'adapter aux spécificités de ton et de contenu de chaque réseau
- Evaluer les retombées de sa stratégie éditoriale

* Personnalisable : programme indicatif pouvant être ajusté en fonction des évaluations et des besoins réellement identifiés

Le plus :

Des exemples concrets issus de notre expérience de plus de 15 ans

Discutons-en !

Dernière modification : Vendredi 23 Février 2024