



## Formation **Stratégie de communication numérique** - 3 jours

**Objectifs :** Identifier les nouveaux usages du web.  
Maîtriser les outils techniques du Community Manager  
Elaborer une stratégie de communication numérique efficace

**Pré-requis :** Être présent sur les réseaux sociaux à titre professionnel

**Public :** Chef d'entreprise, Artisan-Commerçant, Service marketing, chargé de communication, responsable de la communication

**Durée :** 21 heures (3 journées de 7 heures réparties sur 3 semaines)

**Formateur :** Formateur spécialisé et Social Media Manager expérimenté.

**Pédagogie :** 3 stagiaires en présentiel maximum.  
Réflexion et approche stratégique des réseaux sociaux  
mise en oeuvre de la stratégie à travers des exercices adaptés

**Résultats attendus :** Définir et mettre en oeuvre une stratégie de communication numérique efficace

### **Support post formation**

Support de cours spécifique du formateur en PDF  
Assistance par mail et téléphone après la formation





## Formation **Stratégie de communication numérique** - 3 jours

### Premier module (1 journée de 7 heures): Élaborer une stratégie de communication numérique efficace

#### **Identifier la concurrence, les partenaires, les clients**

Identifier la présence numérique des partenaires

**Exercice : Réaliser un audit de présence sur les réseaux sociaux des concurrents, clients, audits des lignes éditoriales**

#### **Réaliser son propre audit de présence numérique**

Avoir un regard critique sur la présence numérique actuelle de l'entreprise

Site internet ? Réseaux sociaux : lesquels ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?

Déceler les points positifs, points négatifs

**Exercice : réalisation de son propre audit de présence sur les réseaux sociaux**

#### **Exposer clairement les objectifs globaux de l'entreprise ainsi que les objectifs de communication**

Objectifs quantitatifs

Objectifs qualitatifs

#### **Elaborer sa propre communication numérique en fonctions des audits réalisés et des objectifs déterminés**

Définir une nouvelle ligne éditoriale Définir une stratégie de présence et/ou d'engagement

Valoriser son site internet

### Deuxième module ( 1 journée de 7 heures) :

#### Connaître les nouveaux usages du web et maîtriser le métier de Community Manager

#### **Connaître les nouveaux usages du web**

Le web : source d'information Avènement des réseaux sociaux / Panorama Comportement des internautes

Le web mobile

#### **Avoir une méthodologie adaptée au métier de Community Manager**

Mettre en place une veille stratégique efficace : Alertes, Twitter, Feedly

**Exercice : Création de listes de veille et de management sur les réseaux sociaux**

Déterminer ses cibles, son audience

**Exercice : mise en place d'un plan de community management**

Planifier, organiser, optimiser le temps passé sur les réseaux sociaux

Créer, optimiser votre contenu pour le partage (web design adapté)

Créer des lignes directrices d'interaction, travailler la ligne éditoriale

Etre à l'écoute des sa communauté

#### **Maîtriser les outils de reporting/monitoring afin d'établir régulièrement des retours d'expérience et affiner la communication**

Connaître et savoir utiliser les outils statistiques Connaître des outils de monitoring supplémentaires

**Exercice : analyse des statistiques via les réseaux sociaux et autres outils de monitoring**



## Formation **Stratégie de communication numérique** - 3 jours

### **Maîtriser l'outil publicitaire Facebook**

Identifier ses audiences

Mettre en place le media-planning adapté (achat d'espaces publicitaires)

**Exercice : création d'une première campagne publicitaire**

**Troisième module (1 journée de 7 heures): Mettre en place la méthodologie du Community Manager et savoir utiliser les outils complémentaires**

### **Utilisation de Tweetdeck**

Management des listes de veille, de management

**Exercice : Connection à l'outil Tweetdeck pour la gestion multicompte, paramétrage du compte**

### **Utiliser Social Bro et Agora Pulse pour l'élaboration des reporting**

Se connecter aux outils Premières analyses des applications

**Exercice : Connection aux outils de monitoring et élaboration d'un premier reporting d'activité**

### **Organiser sa veille grâce à l'outil Feedly (agrégateur de Flux RSS)**

Identifier les sites internet à veiller

Mettre en place un journal Feedly en fonction des sites répertoriés et catégorisés

### **Finalisation**

Questions /réponses et remise du support de cours du formateur en PDF.