



FORMATEUR

Prescilia LAKEHAL



Type de formation

Présentiel



Durée de la formation

2 jours soit 14 heures



Tarif

250€ HT par jour et par participant



Taux de réussite

87%



Public concerné

Élus



Conditions

Inter ou Intra collective



Lieu

Iddest ou selon le lieu défini



Délai d'accès

2 mois

MODULES FORMATION DES ÉLUS

Formation aux réseaux sociaux

APTITUDE

Maîtriser les réseaux sociaux

COMPÉTENCES REQUISES

Maîtrise de l'outil informatique - des moteurs de recherche et des réseaux sociaux

PRÉREQUIS

- Être titulaire d'un mandat d'élu
- S'intéresser aux aspects de communication dans l'action publique

OBJECTIFS POURSUIVIS

- Identifier les réseaux sociaux les plus pertinents pour une communication publique
- Savoir choisir une information à partager, distinguer communication institutionnelle et communication personnelle
- Comment rédiger une brève information pour la transmettre au plus grand nombre

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES, MOYENS ET ANIMATION

- Pédagogie didactique pour les apports de connaissance (exposés et questions + rétroprojecteurs et exemples)
- Échanges avec les participants pour aborder l'application pratique des enseignements

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire en amont de la formation - questionnaire à chaud délivré lors de la fin de la formation

ACCESSIBILITÉ

Iddest est vigilant quant au choix des lieux d'animation de la formation

PROGRAMME DE LA FORMATION

Savoir hiérarchiser sa communication pour ces médias et améliorer la performance de sa communication

MODULE 1 : Panorama des réseaux sociaux et spécificités de chacun dans la communication grand public

Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et Pinterest • Les plus pertinents pour une communication politique • Comment réagir à une attaque sur les réseaux sociaux

MODULE 2 : Approche stratégique : que vais-je faire de ce réseau ?

- Approche méthodologique en 7 axes pour bâtir une stratégie différenciée sur les réseaux sociaux
- Savoir comment choisir les réseaux sociaux pertinents en fonction de ses objectifs et de ses cibles
- Comprendre les usages et spécificités du réseau social et en quoi il peut répondre à des objectifs de visibilité

MODULE 3 : Comment construire sa ligne éditoriale ?

- Adapter son contenu aux spécificités et usages de chaque réseau social
- Focus sur Facebook et LinkedIn et ses formats de publication

MODULE 4 : Maîtriser les réseaux sociaux :

- Les fonctionnalités / les avantages / les inconvénients
- Tour d'horizon des fonctionnalités de chacun (version desktop et application smartphone)
- Comment construire sa présence visuelle ?
- Création du profil de la collectivité et passage en compte professionnel

MODULE 5 : Comment générer des flux, donc de l'audience ?

- Optimiser son compte pour créer des épingles enrichies, des tableaux organisés
- Comprendre le fonctionnement
- Comprendre les statistiques et en tirer des enseignements
- Savoir convertir son audience