

OPTIMISER VOTRE COMMUNICATION VIA LES RESEAUX SOCIAUX

Objectifs pédagogiques :

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale
- Connaître les différents réseaux sociaux
- Savoir cibler le bon réseau avec la bonne communication
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : évènements, publicités, marketing d'influence et communication de crise sur les médias sociaux

Public

Agriculteurs et salariés agricoles de Haute-Lande

Prérequis

Savoir parler et écrire le français

Durée : 14 h

Contenu et méthodes pédagogiques : Dans les locaux du GRCETA-SFA

Jour 1 : La stratégie social media

Matinée

Présentation des objectifs de la formation et des attentes des stagiaires

Présentations des stagiaires

Echange autour des pratiques des réseaux sociaux (privées et professionnelles)

1 - Élaborer sa stratégie de communication digitale

- * Construire sa stratégie social media par étapes.
- * Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- * Comprendre les différents usages des médias sociaux.
- * Rédiger sa ligne éditoriale pour développer sa stratégie de contenu.

Atelier : travail sur les cibles et choix de réseaux sociaux pour chaque stagiaire, ébauche d'une ligne éditoriale.

Après -midi

2 - Panorama des réseaux et médias sociaux

* Les évolutions des différents réseaux sociaux : Instagram; Facebook; LinkedIn; Twitter; Pinterest ; Tiktok ; YouTube...

3 - Organiser le dispositif social media

- * Intégrer le métier de community manager.
- * Documenter son dispositif social media.
- * Gagner du temps grâce aux outils digitaux (dont les outils de programmation de posts : Social Media Management System - SMMS).
- * Augmenter la visibilité d'un événement grâce à un dispositif omnicanal sur les réseaux sociaux.

Atelier : travail sur la communication autour d'une entreprise, d'un évènement, ... Echanges d'expérience et brainstorming

Jour 2 : Campagne de communication sur les réseaux sociaux et mesure de la performance

Matinée

4 - Identifier les opportunités publicitaires

- * Business models des réseaux et médias sociaux.
- * Quels objectifs pour les Social Ads ?
- * Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram.
- * Comprendre l'écosystème de l'e-influence.

5 - Mesurer les actions de communication digitale

- * Connaître les différentes statistiques : like, share, portée, reach, impressions, RT, followers...
- * La mesure de l'engagement, notion de ROE.
- * Suivre ses statistiques pour améliorer la performance de ses contenus.

Ateliers : création d'une campagne publicitaire et présentation des outils de mesure de la performance.

Après -midi

6 - Sécuriser l'e-réputation de l'entreprise

- * Evaluer l'e-réputation, écouter les communautés.
- * Comprendre l'importance de la gestion des avis clients négatifs sur le web.
- * Gérer les commentaires et avis sur les réseaux sociaux.

5 - Mesurer la performance de vos campagnes

- * Les critères d'évaluation d'un plan.
- * Les marqueurs statistiques.
- * Calculer le ROI de vos campagnes.
- * Évaluer les performances selon les médias et les objectifs.
- * Améliorer les performances des landing pages

Échange sur le contenu global de la formation et les sollicitations éventuelles sur des points non travaillés.

Questionnaire de satisfaction à chaud et débrief de la totalité de la formation.

Animateur : GRCETA-SFA – Responsable formation

Formateur: A&F Consultants – Marie-Catherine Luc

Evaluation du stage par les stagiaires : Fiche individuelle de satisfaction à remplir par chaque stagiaire.

HANDICAP :

Contactez notre référent handicap au GRCETA, pour la prise en compte d'une situation spécifique.



Groupement de Recherche sur les Cultures et Techniques Agricoles des Sols Forestiers d'Aquitaine

ZAE Sylva 21 - 4 rue Nicolas Brémontier - 33830 BELIN-BELIET - T/ 05.56.88.01.98 - F/ 05.56.88.04.59

Déclaration d'activité formation 72330632633 région Aquitaine - grceta@grceta-sfa.fr - www.grceta-sfa.fr

Association loi 1901 - N°9488 - Préfecture de Bordeaux - Siren 39363528900027 - APE 9412 Z

IBAN FR76 1330 6001 0600 0119 6700 059 - BIC AGRIFRPP833 - RIB 13306 00106 00011967000 59