



FORMATION 20 JOURS

CONCEPTION D'UN PROJET DE COMMUNICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

éligible CPF - DataDock - Kairos

01 83 56 73 13

contact@imci-formation.com

DUREE

Durée totale : 20h - 4 semaines
Horaires : 7h/jour du lundi au vendredi de 09H30 à 12H30 et 13H30 à 17H30

CENTRES DE FORMATION

207, rue du Faubourg Saint Martin
75010 Paris
130 Rue Frédéric Joliot
13290 Aix-en-Provence

PUBLICS VISÉS

- Reconversion professionnelle, montée en compétences, etc.
- Personnes dans les domaines de la communication, le marketing, le journalisme, les RP, la gestion projet web, etc.

PRÉREQUIS

Bonne maîtrise de l'outil informatique
Notions en communication et marketing
Connaissance du web

MONTANT

Prix professionnels : 3500€
Prix particuliers et pôle emploi : 2100€

EN FIN DE FORMATION

- Fiche d'analyse individuelle
- Attestation de fin de formation
- Évaluation théorique à l'aide d'un questionnaire (20min)
- Évaluation Pratique en continu

RESTONS EN CONTACT

- **Site** : imci-formation.com
- **Twitter** : @imciformation
- **Facebook** : ImciFormation

Notre centre de formation est certifié par la :



À noter : À l'issue de cette formation, vous pourrez obtenir une certification pour le bloc A de la formation de Community Manager TITRE DE NIVEAU II ENREGISTRÉ AU RNCP, après avoir réalisé une évaluation de vos acquis.

OBJECTIF DE LA FORMATION

Intégrez les media sociaux à votre stratégie de communication ! Développez votre attractivité en ligne en concevant une stratégie social media cohérente et en adéquation avec vos cibles et objectifs. Apprenez à évaluer votre e-reputation et à proposer des contenus pertinents à votre communauté.

> Objectifs pédagogiques

- Auditer et mesurer la e-réputation sur les réseaux sociaux
- Elaborer une stratégie de communication 2.0 (stratégie social média) sur les médias sociaux
- Concevoir une stratégie éditoriale sur les médias sociaux

PROGRAMME DE LA FORMATION

1 - Auditer et mesurer la e-réputation sur les réseaux sociaux

- Répertorier les présences d'une marque, d'une personne physique ou morale sur les médias sociaux
- Analyser la qualité de l'animation des présences en lignes
- Diagnostiquer l'image de la marque, personne physique ou morale

2 - Elaborer une stratégie de communication 2.0 (stratégie social média) sur les médias sociaux

- Construire un plan de communication en définissant les médias sociaux à intégrer à la stratégie de communication globale
- Identifier les influenceurs et communautés à intégrer dans la stratégie
- Faire le choix des leviers marketing

3 - Concevoir une stratégie éditoriale sur les médias sociaux

- Rédiger une charte éditoriale en cohérence avec le plan de communication
- S'appuyer sur les différents types de contenus (texte, vidéos, images, photos, etc.) pour susciter l'intérêt et valoriser le fond.
- Créer un planning de publication en intégrant les contraintes en termes de ressources

4 - Etude de cas & travaux pratiques

- Etude de cas clients
- Retour d'expérience sur les actions mises en place par les participants.
- Echanges entre le formateur et les participants (suivi individuel, échange sur les problématiques des participants)

Pensez à la mise à niveau



Prérequis ! Vous avez un doute vous pouvez commencer avec notre mise à niveau.