

Stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux

Découvrir le web marketing et les différents types de réseaux sociaux existants afin de définir votre stratégie social média

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir des objectifs de développement stratégique.
- Intégrer une stratégie communautaire à sa stratégie de communication.
- Piloter les actions et en évaluer les résultats.

PROGRAMME

Appréhender la démarche marketing et l'apport des outils digitaux

- Définir la notion de marketing digital
- Cerner l'impact et les évolutions des pratiques et comportements liés au digital
- Analyser les avantages et limites du digital (accessibilité, cout, communication...)

Analyser le marché et définir sa stratégie en multicanal

- Réaliser une analyse de l'existant dans votre organisation : valeurs, objectifs, priorités, moyens humains, financiers, logistiques...
- Formaliser les objectifs prioritaires (valoriser son image ? promouvoir l'offre ? ...)
- Mettre en perspectives les objectifs et l'organisation actuelle des équipes : analyser, ajuster.

Durée

14 HEURES

Tarif

700 €

Pré-requis

aucun

Profil du stagiaire

tout public

Délai d'accès à la formation

**2 à 4 semaines selon
financement**

Équipe pédagogique

Formateur spécialisé

Moyens pédagogiques et
techniques

-Salle dédiée à la formation

-Supports de formation

-Exposés théoriques

-Étude de cas concrets

Évaluation de la formation

-Feuilles de présence

-Questions orales ou écrites

-Mises en situation

-Questionnaires d'évaluation

**-certificat de réalisation de la
formation**

Stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux

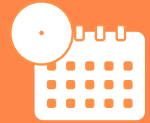
PROGRAMME

Construire et piloter son plan d'action en intégrant la dimension digitale

- Arrêter une méthodologie et un plan d'actions
- Définir sa ligne éditoriale ; préciser les rôles de chacun dans l'organisation
- Associer les équipes : communiquer sur la stratégie et formaliser
- Etablir les plans, interne et externe, de communication

Communiquer en optimisant l'usage des techniques traditionnelles et les réseaux sociaux

- Cerner les avantages et limites des différents outils du marketing digital
- Décider des outils à privilégier
- Définir en parallèle, les principes de communication sur les réseaux sociaux
- Coordonner et optimiser l'usage des outils dits traditionnels, et les outils digitaux



Mise à jour

Juin 2025



Taux de satisfaction de nos stagiaires (juin 2025 - juin 2026)

100%