

Formation

OPTIMISER SA PRÉSENCE EN LIGNE AVEC GECKOSOCIAL

FORMATRICE : Célia Poulet

Dernière mise à jour le 9 juin 2023

CADRE GÉNÉRAL

Durée : 2 sessions de 3h chacune

Objectifs pédagogiques :

- 1- Comprendre l'importance de la communication digitale et sur les réseaux en particulier pour développer son activité professionnelle
- 2- Apprendre à structurer sa stratégie digitale
- 3- Concevoir une campagne de communication sur les réseaux sociaux
- 4- Maîtriser les bases d'un outil de social media management : Geckosocial

Supports mobilisés :

- Projection de diapositives
- Formation-action : les stagiaires sont organisés en binômes et doivent se challenger mutuellement pour identifier les grandes lignes de la communication de l'autre à partir d'un questionnement itératif encadré. Les binômes sont invités à rester en contact à l'issue de la formation afin de pouvoir s'accompagner dans la mise en place de leur plan d'action
- Ouverture de comptes sur Geckosocial préalable à tous les participants : ils repartent avec leur plan d'action dans l'outil

Pré-requis : aucun

Matériel : chaque participant vient avec un ordinateur portable de préférence (*possibilité sinon de travailler sur tablette ou mobile mais moins confortable pour le travail en binôme*).

PLAN DE LA FORMATION

La formation est structurée en quatre temps (2 temps par session), permettant d'organiser des pauses en fonction des niveaux d'attention des stagiaires.

SESSION 1 [3 heures] : MARKETING DIGITAL ET OUTILS

Introduction / icebreaker

Première section : [50 min] Théorique/interactive

Présentation des concepts fondamentaux du marketing en général, et des spécificités du marketing digital et sur les réseaux en particuliers. Réflexion autour de l'identité de marque, présentation des concepts d'audiences et de communautés, méthodologie pour définir les différents points. Présentation de campagnes typiques du marketing digital et des idées à éviter.

Deuxième section : [1h00] - mise en pratique sur les problématiques propres aux stagiaires

Constitution des groupes.

Exercice 1 : travailler sur l'identité de marque et les valeurs de l'entreprise / Débrief

Exercice 2 : Définir les objectifs principaux de la campagne / Débrief

A l'issue de cette première partie, les stagiaires ont tous rédigé :

- Un paragraphe autour de la marque à défendre
- Une liste des objectifs qui sont poursuivis dans le cadre de leur campagne (notoriété, augmentation des ventes, RSE etc.)
- Des idées de campagnes qui pourront être déployées

[Pause 10 min]

Troisième section : [1h00] - présentation de geckosocial / prise en main

- Présentation générale des principales fonctionnalités de l'outil
- Création des campagnes tests
- Constitution d'espaces de travail partagés entre les participants sur leur plateforme

SESSION 2 [3 heures] : MARKETING DIGITAL ET RÉSEAUX SOCIAUX

Partie 2 : application aux réseaux sociaux

Introduction : rappel des principaux concepts présentés lors de la première séance

Première section : [50 min] - théorique/présentation des médias

- Présentation des principaux réseaux sociaux, profils des publics et des communautés, pratiques, tendances et grandes lignes.
- Synthèse des « bonnes » pratiques selon les réseaux.

Deuxième section : [1h20] - mise en pratique d'une stratégie médias sociaux

Exercice 1 : sélectionner les réseaux sociaux pertinent pour chaque stagiaire, et les communautés dans ces réseaux / débrief

Exercice 2 : paramétrer sa première campagne dans geckosocial / débrief

Exercice 3 / collaboratif : les stagiaires travaillent par deux et s'aident mutuellement à améliorer le plan de communication tel que défini par chaque membre du binôme.

[Pause 10 min]

Troisième section : [30 min]- piloter sa campagne

- Présentation des principaux indicateurs de réussite d'une campagne
- Présentation des actions à entreprendre
- Bonnes pratiques à implémenter dans les équipes.
- Débrief et conclusion de la formation [10 minutes]



NRC FORMATION