

# Elaborer une stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux

## Objectifs pédagogiques :

A l'issue de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- Définir des cibles et objectifs éditoriaux pertinents
- Connaître son public cible pour lui proposer du contenu attractif
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à l'entreprise, en fonction ses cibles et de sa stratégie communicationnelle
- Rédiger efficacement des posts sur les plateformes sociales
- Analyser les statistiques sur les différents réseaux sociaux.

## Objectifs opérationnels et contenu de la formation :

### 1 Définir vos cibles et objectifs

- Définir vos cibles
- Connaître leurs attentes
- Définir vos objectifs : la méthode SMART

### 2 Maîtriser les différentes plateformes sociales

- Les différents réseaux sociaux et leurs tendances
- Les algorithmes en vigueur
- Les types de contenus propres à chacun

### 3 Créer une ligne éditoriale

- Analyse de l'existant
- Les erreurs à éviter
- Créer votre charte éditoriale
- Définir vos guidelines graphiques

### 4 Rédiger efficacement pour capter vos cibles

- La neuroscience au service du marketing
- Convaincre grâce au modèle AIDA

### 5 Organiser vos actions sur les réseaux sociaux

- Les différentes étapes du plan média
- Le modèle POEM
- Planifier vos actions marketing annuelles
- Planifier vos actions publicitaires annuelles
- Création d'un calendrier de contenus sur un mois

### 6 Le suivi des performances

- Accéder aux statistiques sur chaque plateforme
- Définir les bons KPI (indicateurs clés de performance)
- Créer un tableau de reporting

#### Pré-requis

Maîtriser les bases de l'outil bureautique Excel, afin de créer des plannings et calendriers. Connaître les actualités ou événements à venir dans l'entreprise.

#### Durée

1 jour soit 7 heures de formation

#### Dates

Formation organisée à la demande

#### Délai

15 jours

#### Tarif

800 € HT

Pour un groupe de 1 à 4 personnes