

# ELABORER UNE STRATEGIE EDITORIALE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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 OPERATIONNELS 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

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

## PRE-REQUIS

Aucun

## DUREE

1 jour soit 7 heures de formation

## DATES

Formation organisée à la demande

## DELAI

15 jours

## TARIF

800 € HT

Pour un groupe de 1 à 3 personnes

Tél : 03 80 60 52 99 - formation@i-com.fr

[www.i-com-formation.fr](http://www.i-com-formation.fr)

Tél : 03 80 60 52 99 - formation@i-  
com.fr

[www.i-com-formation.fr](http://www.i-com-formation.fr)