

OBJECTIF DE LA FORMATION

Développer son activité grâce à l'intégration de solutions d'Intelligence Artificielle en identifiant les opportunités d'usage, en élaborant une stratégie adaptée, en déployant des outils performants et en évaluant leur impact sur la performance de l'entreprise, soit :

- Élaborer un plan d'intégration de l'IA dans son entreprise.
- Implémenter les solutions d'IA dans les processus de l'entreprise
- Évaluer l'impact de l'intégration de l'IA sur les performances de l'entreprise

PARTICIPANT

La formation et la certification s'adressent aux dirigeants de petites entreprises et collaborateurs directs chargés de la communication marketing souhaitant mettre en place une stratégie de community management en vue de développer l'activité de leur entreprise.

CERTIFICATION : cette formation vous prépare à la certification « Développer son activité avec le community management » enregistrée à France Compétences sous le numéro RS6452.

PRÉ-REQUIS

Être utilisateur des réseaux sociaux, avoir un projet de communication sur les réseaux sociaux ainsi qu'un an d'expérience professionnelle.

FORMATEURS

Spécialiste en communication.

MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel

- Méthode interactive et intuitive
- Support de formation remis aux participants
- Assistance Technique et Pédagogique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

PROGRAMME**Jour 1 : Construire sa stratégie de community management****Objectifs de la journée**

- Comprendre le rôle du community management dans le développement de l'activité.
- Définir une stratégie cohérente avec les objectifs de l'entreprise.
- Identifier les réseaux sociaux adaptés à sa cible.

Définir sa cible et ses objectifs

- Identifier ses personas et son audience cible.
- Déterminer des objectifs SMART sur les réseaux sociaux.
- Analyser les attentes et comportements des communautés.

Élaborer sa stratégie de community management

- Définir son positionnement éditorial.
- Construire une stratégie de contenus.
- Établir un budget et des indicateurs de suivi.

Intégrer les réseaux sociaux à sa communication globale

- Articuler community management et stratégie marketing.
- Développer la cohérence de la communication multicanale.
- Définir les parcours de conversion.

Choisir les réseaux sociaux pertinents

- Comparer les principales plateformes.
- Identifier les réseaux adaptés à ses objectifs.
- Définir sa présence digitale.

Jour 2 : Créer et animer efficacement ses réseaux sociaux**Objectifs de la journée**

- Créer et optimiser ses comptes professionnels.
- Produire des contenus engageants.
- Mettre en œuvre une animation efficace des communautés.

Créer et optimiser ses comptes sociaux

- Élaborer une charte graphique adaptée.
- Paramétrer et optimiser ses profils professionnels.
- Harmoniser son identité visuelle.

Construire un calendrier éditorial

- Organiser sa production de contenus.
- Planifier les publications.
- Utiliser les outils de programmation.

Produire des contenus performants

- Rédiger pour les réseaux sociaux.
- Créer des visuels attractifs.
- Produire du contenu vidéo et audio.
- Adapter les contenus aux différents formats.
- Intégrer les bonnes pratiques d'accessibilité.

Développer l'engagement de sa communauté

- Comprendre les algorithmes des réseaux sociaux.
- Favoriser les interactions et les échanges.
- Adapter ses pratiques aux spécificités de chaque réseau.
- Découvrir les collaborations avec les influenceurs.

Jour 3 : Développer sa communauté et mesurer ses résultats

Objectifs de la journée

- Accroître sa visibilité et son nombre d'abonnés.
- Piloter un projet de community management.
- Mesurer la performance et optimiser sa stratégie.

Développer sa communauté

- Mettre en place des actions d'acquisition organique.
- Utiliser la publicité sur les réseaux sociaux.
- Fidéliser et animer sa communauté.

Piloter un projet de community management

- Organiser les ressources internes et externes.
- Répartir les rôles et responsabilités.
- Sélectionner les outils de gestion et de suivi.

Mesurer la performance de ses actions

- Identifier les indicateurs clés de performance (KPI).
- Analyser les statistiques des réseaux sociaux.
- Mesurer le retour sur investissement (ROI).

Améliorer sa stratégie

- Identifier les points de blocage.
- Définir des actions correctives.
- Construire un tableau de bord de pilotage.

Préparation à la certification

- Présentation des attendus de l'évaluation.
- Méthodologie de rédaction du dossier.
- Conseils pour la soutenance orale.



DOLFI Formation

91 rue Saint Lazare 75009 PARIS – RCS : B438093791 – Siret : 438 093 791 00046

Tel : 01 42 78 13 83 – Fax : 01 40 15 00 53 – : formation@dolfi.fr

Retrouver toutes les informations sur nos stages : <https://www.dolfi.fr>



Accès spécifique
consulter notre page

<https://www.dolfi.fr/ressources>