



Club de la Presse
de Haute Normandie

Club de la Presse de Haute-Normandie

49, rue Saint Eloi

76 000 ROUEN

Tel / fax : 02 32 83 31 38

Mail : contact@clubpresse-hn.com

Déclaration d'activité de formation n°23 76 04693 76

FORMATION

Vos actions de communication sur les réseaux sociaux

Facebook, Twitter, Google +, LinkedIn...

Durée : 2 jours (14 heures de formation)

Date : Jeudi 16 et vendredi 17 avril 2015

Nombre de participants minimum : 4

Lieu : Au Club de la Presse de Haute-Normandie - 49, rue Saint Eloi à Rouen

Tarif : 800 € TTC (le Club de la Presse n'est pas assujetti à la TVA)

Formateur : Sébastien Bailly : " Je travaille au quotidien sur Internet depuis 1995. J'ai collaboré à Télérama, Libération, et aussi travaillé en région et fondé un média 100% web et local.

J'ai écrit le premier livre consacré à l'écriture sur le web en 2003. Formateur depuis 2004, je suis intervenu dans de nombreuses rédactions en France (France Télévision, Radio France, Eurosports, La Dépêche, Metronews...) ou à l'étranger (Télévision Suisse Romande). J'ai également animé des sessions dans de grandes institutions nationales ou internationales (ONU, Ministère de l'écologie, Ministère de l'éducation nationale, Caisse Primaire d'Assurance Maladie...). "

Objectif

- comprendre les enjeux, les risques, les bénéfices et les spécificités des différents réseaux sociaux
- développer sa visibilité et gérer sa réputation numérique
- connaître et mettre en oeuvre les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- conceptualiser et mettre en oeuvre une stratégie personnalisée

Les + de la formation

Les deux journées alternent apports théoriques, cas pratiques et ateliers.



Contact

Club de la Presse de Haute-Normandie au 02 32 83 31 38 ou par mail à contact@clubpresse-hn.com

Public

Toute personne souhaitant améliorer son utilisation des réseaux sociaux à des fins professionnelles : responsable d'entreprise, chargé de communication, responsables marketing.

Programme

- Mots-clés : communauté, jeux, concours, publicité, buzz, statistiques, participation, animation...
- Panorama des réseaux sociaux
- Comprendre la dimension sociale, les différents types de communauté.
- Définir ses objectifs : communiquer autour de sa marque, générer du buzz, nouer des partenariats, recruter des collaborateurs, gagner des prospects, augmenter l'audience de son site...
- Choisir les réseaux adaptés à ses objectifs.
- Tirez partie de la communauté et de la viralité
- Définir une approche cohérente des réseaux.
- Intégrer les réseaux sociaux dans son dispositif de communication traditionnel.
- Animer son réseau social dans la durée.
- Gérer son identité numérique.
- Connaître les enjeux juridiques et éthiques.
- Mesurer l'efficacité d'une action sur les réseaux sociaux.

