

SÉMINAIRE – STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES MEDIAS SOCIAUX : PRÉPARER, DÉPLOYER, ANALYSER

Durée : 2 jours
Dates & lieu : 5 et 6 décembre - PARIS

Public visé : Responsables et chargé(e)s de la communication

Prérequis : Connaissance des principaux réseaux sociaux et des outils de pilotage de campagne (Hootsuite, Hubspot, Google Alerts, Tweetdeck...).

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Donner une vision complète des approches, méthodes et outils disponibles
- Familiariser les participants avec les concepts, les théories et les pratiques
- Renforcer la maîtrise des outils digitaux au service de la communication de votre établissement (universités, écoles de commerce, écoles d'ingénieur...)
- Mesurer, évaluer et analyser les données de ses campagnes
- Définir des indices de performance pour chaque partie prenante
- Proposer une méthode de construction de la stratégie de communication et d'élaboration d'un plan de communication adapté à l'enseignement supérieur

PROGRAMME

- **Préparer et définir une stratégie sur les médias sociaux dans l'enseignement supérieur**
 - Panorama des médias sociaux en 2019 et évolution des usages par plateformes
 - Rappel des notions et bonnes pratiques : influenceurs, notoriété, KPI, CRM
 - Définir les objectifs de communication
 - Définir ses cibles et personnaliser des expériences de communication
 - Déterminer et caractériser les parties prenantes (*alumni*, étudiants, familles, enseignants-chercheurs, personnels administratifs, partenaires institutionnels et entreprises)
 - Concevoir des scénarios et un *storytelling* fédérateur
- **Déployer et gérer des campagnes efficaces**
 - Comprendre les outils de planification, de publication et d'évaluation disponibles
 - Piloter et mettre en œuvre une campagne de communication : plan d'action et gestion des moyens
 - Adapter et faire évoluer sa campagne en fonction des utilisateurs
 - Éditorialiser ses contenus
 - Focus des bonnes pratiques pour les étudiants, les enseignants, les partenaires, les prospects, les *alumni*
 - Campagne de financement participatif et *fundraising* : le cas particulier du recensement des *alumni* sur LinkedIn
- **Mesurer, analyser et présenter les données**
 - Définir les indicateurs de suivi et de performance utiles
 - Collecte des données et protection des utilisateurs, en respectant le RGPD
 - Evaluer la rentabilité d'une campagne et comparer des coûts par plateforme
 - Valoriser des informations collectées
 - Construire des rapports opérationnels et stratégiques

INTERVENANT : Xavier Marie

Consultant formateur en conception éditoriale web, Xavier Marie assiste les professionnels de la communication dans la définition et l'optimisation de leurs contenus en ligne. Après un parcours dans la communication online au cœur du secteur internet, il met son savoir-faire au service des entreprises et des établissements du supérieur, notamment à travers l'animation de formations inter-entreprises au CELSA.

Pour accéder aux ateliers et séminaires de formation de l'Arces, vous devez impérativement être à jour de votre cotisation à l'Arces.

Informations pratiques :

TARIF : 780 € (repas non inclus)

- **Nombre de participants : 10 personnes**

Les formations Arces sont très recherchées et les places en nombre limité. Une inscription constitue un engagement moral et toute inscription qui ne serait pas dénoncée 3 semaines à l'avance sera facturée. Merci pour votre compréhension. La formation commence à 9h le matin et se termine généralement vers 17h30 sauf meilleur accord avec le formateur. Il est recommandé de déjeuner ensemble, soit sur place à la cafétéria de l'École, soit dans un des nombreux restaurants alentour. Dans les deux cas, il convient que les stagiaires se mettent d'accord avec le formateur.