



Donnez de la  
visibilité à votre  
entreprise grâce aux  
techniques de la  
**communication  
digitale**

À l'ère du numérique ou l'information passe d'une personne à l'autre et ce dans une vitesse extraordinaire, élaborer une bonne stratégie de communication sur les médias sociaux, aide les entreprises et organismes à être présent sur le web afin de mieux vendre leur marques et produits. Ainsi, il faut dématérialiser la communication et intégrer le digital au cœur de vos plans de communication. Construire une stratégie digitale marketing efficace vous offre la garantie d'améliorer votre visibilité et de vous démarquer dans un univers concurrentiel.

La communication digitale touche les différents supports de communication de l'entreprise (site web, blog, réseaux sociaux, newsletters, emailings, marketing d'influence, etc.).

## Formation

# Stratégies de communication digitale sur les médias sociaux

## Objectifs :

- Comprendre les tendances actuelles de présence en lien avec vos différents objectifs (SEO, communication, relation client, vente, fidélisation, etc.)
- Appréhender les leviers du webmarketing allant du référencement naturel au référencement payant.
- Élaborer efficacement votre stratégie de communication digitale par rapport à vos attentes.
- Maîtriser les outils et techniques vous permettant de mesurer vos indicateurs de performance (KPI).
- Comprendre les règles relatives aux principaux médias sociaux : Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, etc.
- Piloter et évaluer la performance de vos actions de communication par rapport à vos KPI déjà définis.

## Programme

### Panorama des médias sociaux

- Du portail d'informations aux médias sociaux
- Typologies des médias sociaux : forum, blog, réseau social, wiki, plateforme d'avis, etc.
- Les tendances clés : live vidéo, les applications mobiles de messagerie, etc.

### Focus sur Facebook

- Profil et page entreprise
- Principe de fonctionnement d'une page entreprise
- La publicité sur Facebook
- Les statistiques sur Facebook et autres fonctionnalités clés
- Panorama des bonnes et mauvaises pratiques

## S'organiser pour intégrer le digital

- Quels métiers?
- Du webmaster au Community Manager
- Le rôle des agences, des prestataires de services et des éditeurs de solutions techniques
- Les modèles d'organisation au sein des entreprises
- Définir son planning d'animation et les règles éditoriales
- Savoir anticiper les bad buzz et éventuelles crises sur Internet : pratiques et retour d'expérience
- Définir son tableau de bord de suivi de l'activité
- Les Social Media Management Systems : Hootsuite, WildFire, Buddy Media, Vitruve, etc.

## Journée 2 : Focus sur Twitter

- Décryptage de l'outil : les fonctionnalités et les codes d'utilisation
- Qui suivre et comment se faire suivre ?
- Quelle présence pour une marque : les objectifs et le retour d'expérience ?
- Le panorama des bonnes et mauvaises pratiques
- Les outils publicitaires
- Les outils à utiliser

## Focus sur les autres réseaux sociaux

- Pinterest et Instagram : quelle animation mettre en place ?
- Les plateformes mobiles : WhatsApp, Snapchat, etc.
- Les plateformes locales

## Focus sur les plateformes professionnelles : Viadeo, LinkedIn, SlideShare

- Quelles présences possibles pour les entreprises ?
- Bonnes et mauvaises pratiques d'animation de pages

## Focus sur l'e-influence et l'e-reputation

- Gérer sa réputation en ligne
- Le cas des pages Wikipedia
- Choisir son outil de veille
- Savoir gérer un bad buzz sur les médias sociaux
- Créer des relations avec des influenceurs
- Quelles relations : entre le simple relais d'actualité à l'implication dans la vie de la marque ?
- Les règles à respecter

## Journée 3 : Définir sa stratégie sur les médias sociaux

- Prioriser ses objectifs
- Ciblage des démarches
- Définir une feuille de route
- Mettre en place les actions et s'organiser
- Définir ses indicateurs clés de performance

## Les pratiques du Community Management

- Optimiser sa ligne éditoriale et définir un planning éditorial
- Les outils du Community Management : les Social Media Management Systems
- Les bonnes et mauvaises pratiques



Date de session en  
classe virtuelle  
[voir le calendrier](#)



Durée de session :  
**3 jours**



Prérequis :  
**aucun**



Public :

Responsable commercial  
Responsable marketing  
Responsable communication  
Responsable Web  
Chargé relations publiques  
Community manager

» voir la formation

## France

128 rue de la Boétie  
75008 Paris

Tel : +33(0) 188 24 70 33  
+33(0) 188 24 70 34  
Email : [contact@oo2.fr](mailto:contact@oo2.fr)

## Sénégal

4313 Allées Seydou Nourou Tall  
Point E, Immeuble 713, 2<sup>ème</sup> étage  
BP 45617 Dakar

Tel : +221 33 825 45 54  
+221 33 825 72 34  
Email : [contact@oo2.sn](mailto:contact@oo2.sn)

## Côte d'Ivoire

Bd VGE - Marcory  
Immeuble Le Massai  
1163 Abidjan 27

Tel : +225 27 225 03 445  
+225 27 215 92 870  
Email : [contact@oo2.ci](mailto:contact@oo2.ci)

## Burkina Faso

Avenue du Dr Kwamé  
N'Krumah Ouagadougou 01  
BP 513

Tel : +226 55 77 87 11  
+226 55 79 11 42  
Email : [contact@oo2.fr](mailto:contact@oo2.fr)

## Bénin

Quartier Fidjrossè Fiyégnon 2  
Cotonou, Bénin

Tel : +229 69 25 89 89  
Email : [contact@oo2.bj](mailto:contact@oo2.bj)