



PUBLIC

Toute personne en charge de la communication externe



PRÉ-REQUIS

Aucun



DURÉE

14h sur 4 demi-journées en classe virtuelle



MODALITÉS

100% distanciel



TYPE DE VALIDATION

Certificat de réalisation
Attestation de fin de formation

» CONTEXTE

Une communication performante sur le web et sur les réseaux sociaux est devenue un atout majeur pour toute structure souhaitant développer son attractivité tant auprès de clients potentiels (patients, usagers, familles), qu'auprès de futurs collaborateurs. Construire la "marque employeur" est une démarche marketing à laquelle les ESMS doivent s'acculturer, en lien avec la stratégie de communication globale de l'établissement, et de ses enjeux institutionnels et RH.

» RÉSULTATS ATTENDUS

- Construire une marque employeur forte, pour développer l'attractivité de sa structure, sur les réseaux sociaux, afin d'attirer de nouveaux clients et de futurs collaborateurs.

» OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir une stratégie de communication propre
- Appréhender l'animation des principaux réseaux sociaux pour promouvoir son établissement et valoriser sa marque employeur.
- Conduire une campagne de recrutement efficace sur le web
- Gérer les supports de communication au quotidien.

» MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Méthodes pédagogiques interactives, avec de nombreuses activités collaboratives, échanges et exercices entre pairs, en sous-groupes.

» MOYENS DE MISE EN OEUVRE

- Outil de classe virtuelle facile à prendre en main, intégré sur notre plateforme de formation en ligne
- Assistance technique et pédagogique tout au long de la formation



DATES ET LIEUX

A distance, sur notre plateforme de formation en ligne

A définir



TARIFS

Nous consulter







INTERVENANT

Romain PEROUA
Formateur / Consultant en communication et marketing WEB / Réseaux sociaux



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.

 3h30	<p>Classe virtuelle N°1</p> <p>Définir sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser un auto diagnostic : état des lieux de l'image actuelle de l'établissement • Identifier ses cibles et leurs attentes avec la méthode des personas • Réaliser un benchmark concurrentiel et identifier les points de différenciation • Adopter un positionnement pertinent et définir ses objectifs • Mettre en place un plan d'action
 3h30	<p>Classe virtuelle N°2</p> <p>Appréhender les principaux réseaux sociaux pour promouvoir son activité et la valoriser</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook : Le réseau B to C – Prise en main – Création du profil et la page professionnelle • LinkedIn – Le réseau des professionnels – Prise en main – Création du profil et de la page professionnelle <p>➔ Travail à faire en intersession : Mise en pratique des acquis en créant pages et profils sur les 2 réseaux sociaux Facebook et LinkedIn.</p>
 3h30	<p>Classe virtuelle N°3</p> <p>Perfectionnement LinkedIn et Facebook : Les outils digitaux au service du recrutement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Debrief sur profils et pages créés par les participants en intersession – Partage des bonnes pratiques- recruter sur LinkedIn et Facebook • Développer sa marque employeur sur le web et surveiller son e-réputation • Construire une stratégie de recrutement efficace sur le web : veille, approche directe, jobboards, bonnes pratiques <p>➔ Travail à faire en intersession : Mise en pratique des acquis en développant son réseau et en animant sa communauté.</p>
 3h30	<p>Classe virtuelle N°4</p> <p>Gérer et faire vivre les supports de communication au quotidien</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les retombées (indicateurs) des premières actions mises en œuvre et apporter des correctifs • Définir sa ligne éditoriale • Construire son calendrier éditorial • Appliquer la règle des 4 C : Concision, clarté, crédibilité, cohérence • Prise en main de l'outil CANVA. <p>➔ Evaluation de la formation</p>