

# PILOTER SA STRATÉGIE DIGITALE

## Community Manager

Durée : 3 jours (soit 21h)

Organisée en intra

Maximum 5 participants par session



### À QUI S'ADRESSE LA FORMATION

- **Public concerné** : dirigeants, responsables communication/marketing, commerciaux, collaborateurs en charge de la communication
- **Prérequis** : être à l'aise à titre personnel ou professionnel avec les plateformes des RS, disposer de comptes, profils, pages ouvertes, d'un outil d'administration de site type Wordpress, d'une solution de mailing
- Toutes nos formations et bilans de compétences sont accessibles aux personnes en situation de handicap



### LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

#### À l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- Monter pragmatiquement en compétence pour piloter de manière autonome les actions digitales
- Être à l'aise sur les différences plateformes de réseaux sociaux, la création et la mise en ligne de contenus
- Avoir déjà créé des contenus post, story, reel, tant sur la dimension visuelle, de vidéo, de texte et de #tags
- Être à l'aise sur l'administration de la fiche entreprise de Google et sur la création et la mise en ligne de contenus
- Être capable de créer via le digital une relation client via l'interaction sur les réseaux sociaux



### AVANT LA FORMATION

- Analyse des besoins spécifiques

### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

#### Méthode participative qui alternera des moments :

- D'apports théoriques amenés par le consultant sous forme de tuto simples, pratiques
- De mises en situation concrètes en ateliers sur les différents enjeux, techniques, supports abordés
- De production d'exercices, de contenus entre les séquences par les stagiaires
- De fourniture de supports et d'outils type Excel, PowerPoint

La pédagogie s'appuie sur le contexte professionnel des participants (un audit a été réalisé préalablement). Ce fil conducteur permet aux participants d'utiliser et de s'appropriier l'ensemble des connaissances et des savoir-faire transmis.



## CONTENU DE LA FORMATION

### Jour 1 – 2 : Piloter sa relation client sur Méta (Facebook et Instagram)

- Identifier toutes les composantes de l'expérience client
- Concevoir votre stratégie médias sociaux pour l'année à venir
- Gérer la plateforme méta pour le compte Facebook et Instagram
- Mettre en place et piloter votre dispositif « Social Media »

### Jour 2 : Produire des contenus digitaux de qualité

- Construire sa démarche de contenus de marque
- Diffuser et promouvoir ses contenus



## SUIVI ET ÉVALUATION

- Une fiche d'évaluation à chaud sera complétée par chaque participant à l'issue de la formation



## VALIDATION

- Attestation de suivi de la formation remise à la fin de la formation, précisant la nature, les acquis et la durée de la formation



## CONTACT

Nous contacter pour obtenir un devis dans le cadre de votre projet :  
[contact@hubconseil.fr](mailto:contact@hubconseil.fr)

*Pour plus de détails :*

**Référente pédagogique :** Sophie Romanens - [s.romanens@hubconseil.fr](mailto:s.romanens@hubconseil.fr) –  
06 99 34 37 93

**Référente handicap :** France Dupont - [f.dupont@hubconseil.fr](mailto:f.dupont@hubconseil.fr) - 06 85 59 47 79

**Référente technique :** Marie Thouret - [m.thouret@hubconseil.fr](mailto:m.thouret@hubconseil.fr) - 06 25 77 09 74

# Hub conseil

Siège & bureaux 6 rue Emile Zola 69002 Lyon – France  
[contact@hubconseil.fr](mailto:contact@hubconseil.fr)

SIRET 844 820 175 000 66 - SAS au capital de 20 000€ - RCS Lyon 844 820 175

Déclaration d'activité 84691725669