

Optimiser la présence sur les réseaux sociaux d'une structure culturelle : LinkedIn

La présence sur les réseaux sociaux est devenue essentielle pour les structures culturelles cherchant à promouvoir leurs événements, à accroître leur visibilité et à engager leur public.

Cependant, tirer parti de ces plateformes nécessite une stratégie réfléchie et une compréhension approfondie des attentes des publics.

Cette formation se concentrera exclusivement sur le réseau social LinkedIn. Apprenez à maîtriser les fonctionnalités de la plateforme pour améliorer votre communication et développer votre réseau.

Bulletin d'inscription sur www.cipac.net
Renseignements : formation@cipac.net
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054
Organisme de formation no 11 75 39734 75
Référéncé au Datadock
TVA non applicable en vertu de l'article 261-4°-4°-a 5° alinea du CGI

PUBLICS

Cette formation s'adresse aux professionnels chargés de la communication, aux community managers et à toute personne concernée par l'utilisation des réseaux sociaux.

DOMAINES DE COMPÉTENCES

PROFESSIONNELLES

- Communication
- Multimédia / réseaux sociaux
- Gestion de projets éditoriaux

PRÉ-REQUIS

Professionnels de tous niveaux.

Le programme de formation à distance sera dispensé via l'application ZOOM. Le stagiaire devra disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet à haut débit avec ou sans fil lui permettant d'installer et d'utiliser cette application.

Le stagiaire devra également disposer d'un compte professionnel sur LinkedIn et des codes pour y accéder.

FORMACODE® : 46252

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Cours en visio-conférence
- Études de cas, utilisation d'outils en groupe
- Transmission de documents pédagogiques.

ATTESTATION DE FORMATION

Les temps de connexion des stagiaires et leur participation active aux séquences de travail en groupe seront contrôlés par demi-journée.

À l'issue de la formation, une attestation de formation sera remise aux stagiaires ayant suivi l'intégralité du programme avec assiduité.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 12 stagiaires.

CONTENU

1/ Introduction à LinkedIn

- L'évolution de LinkedIn et son rôle actuel.
- Statistiques et audience de LinkedIn en 2024.
- Les tendances actuelles.

2/ Optimisation du profil et de la page

- Création et optimisation d'un profil personnel et d'une page institutionnelle.
- Les bonnes pratiques pour un profil attractif.
- Utilisation des mots-clés et des compétences.

3/ Stratégie de contenu

- Types de contenus adaptés (articles, posts, vidéos).
- Planification éditoriale et fréquence de publication.
- Engagement avec la communauté professionnelle.

4/ Techniques avancées

- Utilisation pour le réseautage professionnel.
- Stratégies de communication BtoB.
- Publicités sur LinkedIn : ciblage et budget.

5/ Ateliers pratiques

- Analyse de profils et pages LinkedIn existants.
- Création d'un plan de communication.
- Exercices de publication et de gestion de contenu.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Maîtriser les fonctionnalités de LinkedIn pour les structures culturelles.
- Optimiser son profil, sa page LinkedIn.
- Utiliser LinkedIn pour renforcer la visibilité et l'engagement de sa structure culturelle.

FORMATEUR

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates: mercredi 11 décembre 2024

Durée: 1 jour, soit 7 heures de formation au total

Frais de formation: 430 euros coût net

Horaires: 10h-13h et 14h-18h

Lieu: à distance