SUD FORMATIONS SANTÉ



DÉVELOPPER SON ATTRACTIVITÉ ET RECRUTER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Public
Toute personne en charge de la communication externe

Pré-requis
Aucun

Modalités
4 demi-journées en classe virtuelle

Durée
14 heures

DATES & LIEUX

A distance, sur notre plateforme de formation en ligne
A définir

INTERVENANTS

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

VALIDATION

Certification de réalisation
Attestation de fin de formation

TARIFS

Nous consulter

DDL004

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

PROGRAMME

DEFINIR SA STRATEGIE DE COMMUNICATION SUR LES RESAUX SOCIAUX

- 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

APPREHENDER LES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SON ACTIVITÉ ET LA VALORISER

- 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
- Travail à faire en intersession : Mise en pratique des acquis en créant pages et profils sur les 2 réseaux sociaux Facebook et LinkedIn

PERFECTIONNEMENT LINKEDIN ET FACEBOOK : LES OUTILS DIGITAUX AU SERVICE DU RECRUTEMENT

- 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
- Travail à faire en intersession : mise en pratique des acquis en développant son réseau et en animant sa communauté

GERER ET FAIRE VIVRE LES SUPPORTS DE COMMUNICATION AU QUOTIDIEN

- 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
- Evaluation de la formation

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

ACCESSIBILITÉ



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