

15-1-bis

Stratégie Médias Sociaux : créer de l'engagement et développer ses communautés



séminaires 2015

NOUVEAUTÉ !

Dates & lieu :

09 & 10 avril 2015

CELSA

77 rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine Salle

Public visé :

Responsables et chargé(e)s de la communication

Prérequis :

Connaissance des outils numériques,
réseaux sociaux notamment

Objectif:

- Donner une vision complète des approches, méthodes et outils disponibles.
- Familiariser les participants avec les concepts, les théories et les pratiques.
- Renforcer la maîtrise des outils digitaux au service de la communication de votre établissement (universités, écoles de commerce, écoles d'ingénieur...)
- Développer la logique de rentabilité dans l'évaluation des actions de communication / KPI
- Proposer une méthode de construction de la stratégie de communication participative et d'élaboration d'un plan de communication adapté à l'enseignement supérieur.

Programme :

Créer de l'engagement dans l'enseignement supérieur

- Panorama des réseaux sociaux en 2015 et évolution des usages par plateformes
- Rappel des notions et bonnes pratiques : engagement, communautés, communication participative
- L'articulation entre communication digitale, Fundraising et économie de l'influence
- La complémentarité du web avec les autres médias : l'exemple des Moocs
- Être au service des internautes et au plus près des attentes des communautés
- Analyse SWOT : définir sa cible
- Editorisation des contenus. Focus des bonnes pratiques pour les étudiants, les enseignants, les partenaires, les prospects, les Alumni.

Concevoir une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux

- Établir un diagnostic de communication
- Définir les objectifs de communication
- Déterminer et caractériser les parties prenantes (alumni, étudiants, familles, enseignants chercheurs, personnels administratifs, partenaires institutionnels et économiques)
- Concevoir des scénarios et un storytelling fédérateur, d'une logique de projet à une communication de l'établissement.
- Définir les territoires de communication
- Adapter et faire évoluer la stratégie avec le contexte du supérieur

Mise en œuvre d'un plan de communication participatif

- Piloter et mettre en œuvre le plan de communication : plan d'action et gestion des moyens

- Faire accepter le plan de communication au sein de l'établissement
- Campagne de financement participatif et Fundraising : le cas particulier des Chaires

Mesurer la participation des parties prenantes

- Les indicateurs du ROI
- Les outils d'évaluation disponibles
- Les processus à mettre en place
- Les différents types d'indicateurs et de KPI

Approche & moyens pédagogiques :

Exposé, Etudes de cas, Benchmark

Nombre de participants : 10 personnes

N'hésitez pas à nous donner toutes les précisions qui vous semblent utiles : par exemple, vous démarrez dans cette fonction, vous avez déjà une certaine pratique, mais avez besoin de remettre vos connaissances à niveau, vous avez un « problème » spécifique, etc... et envoyez à **Eloïse CAPET** - eloise.capet@celsa.paris-sorbonne.fr tous les sujets et documents sur lesquels vous aimeriez travailler.

Intervenant :

Xavier Marie

Consultant formateur en conception éditoriale web, Xavier Marie assiste les professionnels de la communication dans la définition et l'optimisation de leurs contenus en ligne. Après un parcours dans la communication online au cœur du secteur internet, il met son savoir-faire au service des entreprises et des organisations, notamment à travers l'animation de formations inter entreprises au Celsa.

Droit d'inscription :

700 € (repas non inclus)

Les formations ARCES sont très recherchées et les places en nombre limité. Une inscription constitue un engagement moral et toute inscription qui ne serait pas dénoncée 3 semaines à l'avance sera facturée. Merci pour votre compréhension.

Informations pratiques :

La formation commence à 9h le matin et se termine généralement vers 17h30 sauf meilleur accord avec le formateur.

Il est recommandé de déjeuner ensemble, soit sur place à la cafétéria de l'Ecole, soit dans un des nombreux restaurants alentour. Dans les deux cas, il convient que les stagiaires se mettent d'accord avec le formateur.