

## **L'animation des communautés sur les réseaux sociaux**

### **Objectif de formation**

- Connaître les réseaux sociaux, leur environnement, les enjeux d'une présence (ou non) des collectivités sur ces médias
- Identifier les éléments nécessaires au développement d'une communauté
- Animer une communauté en ligne
- Ecrire pour le web et une communauté spécifique
- Gérer des situations de crise (bad buzz)
- Mieux appréhender le droit et les responsabilités éditoriales sur les réseaux sociaux

### **Contenu**

- Un nouveau métier
  - . Missions
  - . Qualités
  - . Outils
- Animation d'une communauté
  - . Suivi d'une ligne éditoriale.
  - . Style d'écriture
  - . Capitalisation de son réseau de partenaires
  - . Développement d'une stratégie cross-média
- Ecoute des réseaux
  - . Identité numérique de sa collectivité (existante, à construire,...)
  - . Règles d'utilisation et usages
  - . Mise en place d'une veille médiatique
  - . Affirmation de sa présence sur les réseaux
  - . Gestion de crise

### **Prérequis**

- Projet de création de comptes ou de pages de réseau social et/ou gestion quotidienne de réseau social

### **Public**

- Chargés de communication, agents chargés de communiquer avec des communautés

### **Méthodes pédagogiques**

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'un module de e-formation accessible depuis la plateforme d'apprentissage numérique du CNFPT, complété par 2 jours de formation en présentiel et d'une E-communauté de stage

## **La définition d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux.**

### **Objectif de la formation**

Intégrer la stratégie réseaux sociaux à la stratégie globale de la communication externe,

- enrichir sa pratique des réseaux sociaux,
- ajuster ses écrits et adapter la diffusion de ses articles,
- mesurer les performances de ses publications,
- créer et animer sa communauté.

### **Contenu (publié)**

- les différents types de réseaux sociaux
- la stratégie éditoriale en général et sur les réseaux sociaux en particulier.

### **Prérequis (publié)**

Avoir une page Facebook de sa collectivité ouverte depuis au moins un an.

Avoir une adresse courriel individuelle et un ordinateur connecté à internet.

### **Public (publié)**

Chargées et chargés de communication, webmasters, rédacteurs et rédactrices web, community manager et toute personne chargée de la communication digitale pour sa collectivité.

### **Méthodes pédagogiques (publié)**

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance en amont composé de vidéos à consulter depuis la plateforme d'apprentissage du CNFPT et la participation à une e-communauté de stage à l'issue de la phase présentielle.

Retours et partages d'expériences, appui à la résolution de problématiques propres par l'adaptation des outils et l'utilisation des ressources documentaires proposées.

## **Information**

### **Description**

Initialement proposé sur 1 jour en présentiel et 1 jour à distance (format un peu contraint par des objectifs régionaux d'hybridation de notre offre à 50% et à raison d'une durée moyenne de stage de 2 jours en 2018).

25 sessions programmées depuis 2019 sur l'ensemble des structures.

Ce stage s'adresse à des chargées et chargés de communication, webmasters, rédacteurs et rédactrices web, community manager et toute personne chargée de la communication digitale pour sa collectivité.

L'objectif de cette formation d'ordre stratégique est ambitieux : Définir les grands axes du projet de stratégie éditoriale de la collectivité, faire le point sur sa pratique des réseaux sociaux, formaliser les questions liées à la stratégie éditoriale en général et sur les réseaux sociaux en particulier. Formuler la recherche spécifique derrière ce projet de stratégie : pour quels utilisateurs, quels sont mes besoins, quelles sont les valeurs spécifiques de la collectivité à mettre en œuvre dans la stratégie, quels sont les difficultés à mettre en œuvre ce projet, etc.

La diversité de taille des collectivités représentées, le périmètre des projets des participants ainsi que l'avancée dans les projets conduisent à proposer 2 jours en présentiel afin d'adapter la démarche pédagogique pour balayer plus largement les problématiques de chacun. Chaque participant souhaite en effet travailler ses problématiques, donc une certaine frustration en fin de la journée présentielle a été notée.

La proposition : passer au format 1 jour à distance et 2 jours en présentiel

### **Prérequis**

Avoir une page Facebook de sa collectivité ouverte depuis au moins un an.

Avoir une adresse courriel individuelle et un ordinateur connecté à internet.

### **Public**

Chargées et chargés de communication, webmasters, rédacteurs et rédactrices web, community manager et toute personne chargée de la communication digitale pour sa collectivité.

## **La rédaction efficace sur les réseaux sociaux**

### **Objectif de formation**

- Intégrer les spécificités rédactionnelles des réseaux sociaux
- Maîtriser les codes propres à chaque réseau
- Développer une rédaction pour susciter de l'engagement auprès de ses abonnés
- Adapter sa rédaction à sa stratégie de communication

### **Contenu**

- Les spécificités des réseaux sociaux
- Les formats possibles de publications
- De la rédaction pour le print à la rédaction pour les réseaux sociaux
- De la rédaction à la conversation
- Intégration de la communication visuelle et animée
- Bâtir une ligne éditoriale
- Bâtir un calendrier éditorial
- Les outils disponibles pour faciliter la rédaction et la publication
- Eviter les pièges du « putaclic »

### **Prérequis**

- Maîtriser les règles de base de la rédaction
- Accéder à un ordinateur connecté à internet avec des enceintes audio et/ou une prise casque.
- Etre à l'aise avec les outils informatiques
- Disposer d'une adresse de courriel individuelle

### **Public**

- Responsables de communication
- Responsables de projets en communication numérique
- Agents chargés de publier des contenus sur les réseaux sociaux

### **Méthodes pédagogiques**

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'un module de e-formation accessible depuis la plateforme d'apprentissage numérique du CNFPT, complété par 1 jour de formation en présentiel et d'une E-communauté de stage