

Concevoir la stratégie de communication social médias de son centre hospitalier

Référence : CM-GAS-01 | **Zone géographique :** Bordeaux

Présentation de la formation

LE CONTEXTE

Dans le paysage numérique actuel, les médias sociaux jouent un rôle essentiel dans la communication, l'éducation et la sensibilisation, particulièrement pour les institutions de santé.

Cette formation est conçue pour vous fournir les connaissances et les compétences nécessaires pour tirer pleinement parti des opportunités offertes par les plateformes sociales, tout en respectant les normes éthiques et de confidentialité inhérentes au secteur de la santé.

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public cible :

- chargé.es de communication du socio-médical

Prérequis :

- Avoir un site internet déjà en ligne
- Avoir des objectifs de communication définis
- Avoir 5 ans d'expérience

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Développer sa présence sur les réseaux sociaux
- Définir une stratégie social médias
- Optimiser et organiser sa e-réputation

Programme complet

Cette session de formation se déroule sur trois jours

JOUR 1 : DEVELOPPER SA PRESENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

LES RESEAUX SOCIAUX

- Avantages des médias sociaux pour les institutions de santé.
- Panorama des réseaux sociaux : fonctionnements et usages
- Atelier 1 : Teste tes connaissances social médias

DEFINIR SES OBJECTIFS

- Identification des objectifs spécifiques pour la présence sur les médias sociaux (communication, éducation, sensibilisation, etc.).
- Alignement des objectifs sur la mission et les valeurs de l'hôpital.

Atelier 2 : Cartographie des objectifs et contenus

JOUR 2 : DEFINIR SA STRATEGIE SOCIAL MEDIAS

DEFINIR SON PLAN D' ACTIONS

- Définition des personas pour cibler le contenu.
- Choix des plateformes sociales en fonction de ses publics
- Développement d'une stratégie de contenu et d'un calendrier éditorial.
- Atelier 1 : le calendrier éditorial

S'ORGANISER SUR LES RESEAUX SOCIAUX

- Planifier ses publications
- Lire et se servir de ses statistiques
- Creator Studio et Suite Business Facebook
- Atelier 2 : Les indicateurs de suivi

JOUR 3 : OPTIMISER SA PRESENCE EN LIGNE

RETOUR D' EXPERIENCES

- Retour sur les actions menées lors de l'intersession

- Réponse aux questions

REALISER UNE CAMPAGNE SPONSORISEE

- Créer une publication sponsorisée
- Mettre en place des collaborations externes

ASTUCES ET BONNES PRATIQUES

- Recycler son contenu
- Prévisualiser son feed
- Applications dédiées à la création de stories/réels
- Evaluation des compétences 30minutes
- Clôture de la formation

MODALITÉS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce parcours de formation se fera sous forme d'ateliers pratiques. La formation se déroule sur 3 jours. Les évaluations de positionnement sont effectués pour vérifier les pré-requis.

- Afin que les apports soient personnalisés, les sessions se feront en petit groupe de 5 personnes maximum.
- Apports pratiques adaptés à vos **objectifs** et de votre cible.
- Accompagnement post-formation en sous-groupes
- Mises en pratique individuelles
- Suivi post-formation

TECHNIQUES PÉDAGOGIQUES

- Méthodes inductives et immersives
- Pédagogie active : à partir de conseils, le/la stagiaire va réaliser ses propres contenus

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

En amont de la formation

- Un document préparatoire pour clarifier votre persona

En fin de formation accès à un espace apprenant :

- Une checklist pour optimiser vos contenus éditoriaux
- Vidéothèque
- Guide de survie du social média manager en milieu hospitalier

Suivi post-formation :

- Une session de suivi à distance 3 mois après la formation

MODALITÉ D'ÉVALUATION

- Évaluation de positionnement: Entretien téléphonique
- Évaluation formative : quiz
- Évaluation sommative effectuée par les mises en situation individuelles.
- Évaluation en fin de session accessible via un questionnaire en ligne

Conditions d'accueil

FORMATION DANS NOS LOCAUX

FORMATION MISE EN PLACE POUR UNE ENTREPRISE/ORGANISATION