Concevoir ses pages et animer sa communauté sur les réseaux sociaux - Approfondissement

OBJECTIFS

Apporter aux porteurs de projet et aux agriculteurs intéressés les éléments techniques nécessaires mettre en place une stratégie de communication numérique adaptée à leurs projets professionnels.

ENJEUX

Dans le domaine de l'agriculture, les réseaux sociaux sont encore sous-utilisés. Pourtant, ils représentent un potentiel considérable pour les agriculteurs. Ils leur permettent de rester informés des dernières actualités du secteur, mais aussi de partager leur quotidien et se sentir soutenus. D'après l'étude Hytel (2016), 78 % des agriculteurs sont connectés à Internet, 20 % des agriculteurs déclarent être présents sur les réseaux sociaux et 12 % les utilisent à titre professionnel, avec une prédiction de croissance forte. Les réseaux sociaux apparaissent comme un levier idéal pour créer du lien entre agriculteurs et consommateurs. Les réseaux sociaux permettent de communiquer auprès des consommateurs et même de vendre des produits. Encore faut-il les connaître, savoir les utiliser et définir une stratégie de communication digitale : c'est tout l'enjeu de cette formation de 2 jours !

PRÉ-REQUIS

Intérêt pour les réseaux sociaux
Connaissances de base d'internet

CONTENU

temps de formation à distance :
Présentation des réseaux sociaux, définition et historique
Connaitre, pour utiliser et distinguer les différents types de réseaux sociaux :
Les réseaux généralistes (Facebook, Twitter, Google)
Les réseaux professionnels (Viadeo et LinkedIn)
Les réseaux multimédias (Youtube, Dailymotion, Vimeo, Instagram, Pinterest)
Les nouveaux réseaux sociaux (Snapchat et Periscope)

Choisir son réseau social selon son activité : les bonnes questions à se poser

Focus sur les réseaux développés dans la séance en présentiel :
• Présentation de LinkedIn et Facebook leader des réseaux sociaux, définition et historique, chiffres
• Présentation des intérêts de ces deux réseaux, savoir à quelles cibles ils s'adressent.

Journée en présentiel :
• Définir une stratégie de communication propre à son activité
• Savoir définir ses objectifs et les résultats concrets attendus
• Connaitre règles de publication sur Facebook
• Savoir mettre en place une synergie de publication entre une page Facebook, un blog ou un site internet.

• Savoir créer sa page Facebook, son compte Linked in , etc ; paramétrer son compte et optimiser sa page en ajoutant des fonctionnalités
• Apprendre à publier du contenu, apprendre à programmer ses posts
• Savoir mettre en place un calendrier éditorial et un planning conversationnel
• Connaitre des technique pour animer sa page avec des contenus engageants (images, quizz, jeux etc…).
• Apprendre à mesurer et interpréter ses statistiques
• Savoir identifier les influenceurs et développer sa communauté

Infos complémentaires

ORGANISÉE PAR
CIVAM bio 34

DURÉE : 1 jour(s)
DATE LIMITE : 13/03/2018

TARIFS

Adhérent	**230 €**
Non adhérent	**230 €**
Non agricole	**230 €**

Finançable par le fond de formation Vivea

Pour valider votre inscription, nous demandons un chèque de caution de 50€, encaissé uniquement en cas d'absence injustifiée

ATTESTATION
Aucune

RENSEIGNEMENTS
Céline Mendes
celine.mendes@bio34.com
CIVAM bio 34
Maison des Agriculteurs B
Mas de Saporta CS 50023
34875
LATTES
Tel. 04 67 06 23 90
N° d'organisme de formation :
91340782734

NOTE : Repas partagé

DATES, LIEUX ET INTERVENANTS

Date	Lieu	Intervenant
13/03/2018	Lycée le cep d'or 34800 Hérault	Claire Schneider, consultante, directrice de l'agence de communication "communication et community management"

THÈMES

Commercialisation / circuits courts | Communication

FINANCEURS

☐ J'atteste avoir pris connaissance des conditions générales de formation (Voir la fiche)