OPTIMISER SA PRÉSENCE EN LIGNE : POURQUOI ET COMMENT UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Facebook, Twitter, LinkedIn : ces réseaux sociaux nous accompagnent depuis dix ans et ont bouleversé le web et notre manière de communiquer, notamment dans l'environnement professionnel. Comment les structures du secteur sanitaire, social et médico-social peuvent-elles se saisir de ces nouveaux médias ? Quelles stratégies de présence en ligne sont adaptées à leurs besoins ?

Cette formation vous propose de réfléchir aux actions pertinentes et à la mesure de leurs résultats pour se rendre visible, valoriser son établissement sur un territoire, faciliter les échanges avec les usagers et les professionnels, tout en prenant en compte les spécificités et enjeux liés à nos métiers du soin et de l'accompagnement.

OBJECTIFS

- Analyser les enjeux des nouveaux usages du digital et des réseaux sociaux dans notre secteur
- Connaître les différentes solutions à disposition et approfondir leur mode de fonctionnement
- Mieux comprendre les usages professionnels des réseaux sociaux et identifier les bonnes pratiques à adopter

1ère session à Paris 15
2 avril
2e session à Paris 15
19 juin

390 € *adhérent*
585 € *non-adhérent*
(par personne)

1 jour

01 53 98 95 03 – formation@fehap.fr

Prérequis

Bonne connaissance du secteur sanitaire, social et médico-social.
Aisance sur Internet.

CONTENU

Introduction
- Le digital, un écosystème interconnecté
- La question du référencement

Les réseaux sociaux : des outils de communication spécifiques
- Différences et atouts des principales plateformes utilisées en France : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube
- Les enjeux des réseaux sociaux par rapport aux parties prenantes :
  - patients, usagers et entourage
  - professionnels
  - partenaires
  - territoire / grand public

Préparer la présence de la structure sur les réseaux sociaux
- Définir des objectifs : pourquoi et pour qui communique-t-on ?
- Se positionner sur un/des réseau(x) social/aux : choisir, s'organiser et s'outiller
- La définition d'une ligne éditoriale

Lancer son/ses compte(s)
- L'ouverture d'un compte institutionnel
- Focus Facebook : les différents formats (profil, page, groupe + image, texte, vidéo)
- Focus Linkedin : intérêt et usages

Faire vivre les réseaux sociaux
- Fédérer une communauté
- Animation et modération : les codes d'intervention
- Les logiques d'échanges selon les types de situation :
  - la gestion des situations de crise
  - l'instantanéité et les sujets sensibles

Cadre juridique de l'usage des réseaux sociaux par les établissements de santé

Venir avec un ordinateur ou une tablette.

REMPLISSEZ UN BULLETIN D'INSCRIPTION EN LIGNE

PUBLICS

- Directeurs et adjoints de direction
- Responsables de la communication
- Assistants communication
- Toute personne en charge de la présence en ligne
- Tout professionnel concerné

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie interactive alternant :
- Exposé et apports méthodologiques
- Mise en situation : exercices pratiques
- Échanges et mutualisation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Test de positionnement d'entrée
- Test de positionnement de sortie
- Questionnaires de satisfaction

INTERVENANTS

- Formateur spécialisé en communication digitale dans le secteur de l'économie sociale et solidaire