

## OFFRES DE FORMATION AU FESTIPAL

<b>Offre collective</b>		<b>Les réseaux sociaux comme outils utiles à une stratégie de communication de l'établissement.</b>	
<b>Formateur</b> Laurent Maltèse – Format' Privé		<b>Durée de la formation :</b> 7 heures ; 1 journée	

<b>Date session :</b>	<b>21 octobre 2024</b>
<b>Lieu de la formation :</b>	<b>Institut l'Assomption à Colmar (68)</b>
<b>Nombre de stagiaires :</b>	<b>De 5 à 12</b>
<b>Public cible :</b>	<b>Personnels en charge de la communication numérique</b>

### 1. Accroche :

Comment développer la communication numérique de l'établissement sans créer un poste ?  
Quels fondamentaux utiles pour une communication efficace par un membre de l'équipe ?  
Quels réseaux sociaux privilégiés et pourquoi y inscrire votre établissement ?

**Cette formation vise à connaître le fonctionnement des réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn dans une stratégie de communication d'un établissement scolaire.**

### 2. Prérequis pédagogiques

**Public cible : personnels d'établissement souhaitant avoir ou ayant un rôle dans la stratégie de communication de leur établissement scolaire.**

Prérequis pédagogique : Aucun

Soumis à candidature : Non

Prérequis réglementaires : Non

Formation certifiante : Non

### 3. Objectifs pédagogiques :

L'objectif général est de mettre en place une stratégie de communication efficace au sein d'un établissement scolaire sur un volume horaire limité.

A la fin de la formation, les stagiaires auront la capacité de :

- Nommer les réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Mesurer les enjeux pour un établissement scolaire de la visibilité sur les réseaux.
- Choisir des stratégies de communication et des outils adaptés.

### 4. Contenu pédagogique :

La formation s'articule autour de la découverte du fonctionnement des différents réseaux sociaux exploités, de l'analyse de cas et d'exemples précis et de la découverte d'outils permettant une gestion facilitée de ces réseaux.

### 5. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement

Exposé, mise en pratique à travers des exercices de mise en situation, présentation pratique d'outils gratuits, échange et tours de table.

### 6. Moyens mis en œuvre pour suivre les enseignants et prévenir les abandons

Le cadre d'intervention, les objectifs pédagogiques généraux et le programme sont nommés en début de formation.

Les stagiaires sont invités à se présenter et à formuler explicitement leur objectif personnel.

Un contrat de groupe est nommé par l'intervenant.

### 7. Les critères d'évaluation et résultats attendus au terme de la formation :

Au démarrage de la formation, l'intervenant évalue le niveau de connaissance de chaque participant.

## OFFRES DE FORMATION AU FESTIPAL

Des outils d'évaluation sont mis en œuvre en cours de formation pour utiliser les acquis de l'apprenant : autoévaluation des apprenants. Aucune certification remise à la fin de la formation.

A l'issue de l'évaluation, les stagiaires évaluent s'ils ont atteint, entièrement, partiellement ou non, les objectifs de la formation fixés au démarrage.

Une attestation de fin de formation sera délivrée à l'issue de l'action de formation.

### 8. Programme détaillé :

<b>Accueil, positionnement et évaluation des attentes</b>	
<b>MATIN</b>	<p>Accueil et positionnement des stagiaires</p> <p>Comprendre les attentes des réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Évolution du web – Web 1.0 au Web 3.0</li> <li>• Comprendre les différents types d'utilisateurs</li> <li>• Comprendre les comportements de ces utilisateurs</li> </ul> <p>Découverte du réseau Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des bonnes pratiques afin de publier sur un compte professionnel</li> <li>• Planifier les publications</li> <li>• Usage des publicités</li> </ul>
<b>APRES MIDI</b>	<p>Découverte du réseau Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des bonnes pratiques afin de publier sur un compte professionnel</li> <li>• Générer de l'engagement</li> <li>• Aller plus loin</li> </ul> <p>Découverte du réseau LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation des bonnes pratiques afin de publier sur un compte professionnel</li> <li>• Pourquoi être sur LinkedIn ?</li> <li>• Prospector, enrichir et animer la Page entreprise</li> <li>• Aller plus loin (abonnements premium, mesurer son audience, mesurer son Social Selling Index).</li> </ul> <p>Outils et stratégies</p> <p>Les outils de création graphique</p> <p>Les outils de gestion des réseaux sociaux</p> <p>L'E-réputation</p>
<b>Conclusion, bilans individuels et collectifs</b>	

### **Laurent Maltèse**

Formateur à la communication numérique

*Passionné depuis toujours par l'éducation et les problématiques qui l'entourent, j'ai fait mes études en science de l'éducation où je me suis intéressé à la question des stratégies d'évitement de la carte scolaire en France et en Belgique.*

*Mes études terminées, et fort de quatre années d'expérience comme assistant d'éducation, j'ai intégré le Collège Épiscopal Saint Etienne de Strasbourg en tant que Responsable de Vie Scolaire et Chargé de Communication.*

*Cette nouvelle expérience m'a immédiatement passionné ; le community management semble fait pour moi.*

*C'est dans un esprit d'acquisition de compétences supplémentaires et dans une perspective professionnelle plus large que j'ai décidé de reprendre mes études pour obtenir le diplôme de community manager.*

*J'ai fondé Format' Privé en octobre 2020 afin de partager mon expérience de la communication au sein d'un établissement scolaire et mes connaissances à d'autres écoles et ensembles scolaires.*