

Stratégie de communication digitale, comment faire se démarquer votre asso ?

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Compréhension des différents éléments d'une stratégie de communication digitale et mise en œuvre

PUBLIC CONCERNÉ

Présidents, membres du bureau, bénévoles (salariés s'il reste de la place) des associations de l'Essonne

PRÉREQUIS

Pas de prérequis

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

3 heures en distanciel

MOYENS TECHNIQUES

1 connexion Internet, un ordinateur connecté, les outils du pack Windows Excel, Word, Power Point pour chaque stagiaire.

FORMATIONS EN LIEN:

Elaborer la stratégie de communication globale de l'association (interne/externe)

Bien communiquer avec la presse, les médias (trucs et astuces)

Constituer et animer le réseau de l'association : un atout indispensable

LIEU DE LA FORMATION

ZOOM : en distanciel

CONTENU DE LA FORMATION

Introduction : définition et réflexions autour de la stratégie de communication

- 1. Les réseaux sociaux*
- 2. Le site Internet*
- 3. Le SEO (Le SEO (Search Engine Optimization) est l'acronyme qui signifie « Optimisation pour les moteurs de recherche »)*
- 4. Le SEA (Le référencement payant ou SEA, search engine advertising, consiste à diffuser des annonces ciblées, en général au-dessus et sur les côtés des pages de résultat des moteurs de recherche.)*

Conclusion : les bonnes pratiques

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exercices d'application concrète

PROFIL DU (DES) FORMATEUR(S)

Nathalie VINCENT – Présidente d'association – Présidente OpenMind

Alexandre JULES – Dirigeant AWTF

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Résultats exercices pratiques et participation