

# 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

1<sup>ère</sup> session à Paris 15



15 janvier

2<sup>e</sup> session à Paris 15

19 juin



390 € adhérent

585 € non-adhérent  
(par personne)



1 jour

01 53 98 95 03 – [formation@fehapa.fr](mailto:formation@fehapa.fr)

## Prérequis

Bonne connaissance du secteur sanitaire, social et médico-social.  
Assistance 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



Venir avec un ordinateur ou une tablette.

## REMPISSEZ 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