

## 02

# Développer son attractivité via les réseaux sociaux

## Fiche technique

### Secteurs

Tous secteurs

### Public

Directeurs et fonctions RH de structures de moins de 50 salariés concernés par la problématique

### Durée

2 jours (4 x 0.5) A distance

### Organisme de formation

☞ Groupe Interactions

### Date limite d'inscription

01/07/2022

### Lieux & dates

#### ☞ Groupe 1

**100% A DISTANCE (4 X 0.5j)**

Du 29 mars au 24 mai 2022

#### ☞ Groupe 2

**100% A DISTANCE (4 x 0.5j)**

Du 19 mai au 30 juin 2022

#### ☞ Groupe 3

**100% A DISTANCE (4 x 0.5 de**

**9h à 12h30)**

Du 8 au 20 sep. 2022

+ Du 4 au 18 oct. 2022

#### ☞ Groupe 4

**100% A DISTANCE (4 X 0.5 de**

**9h à 12h30)**

Du 9 au 22 sep. 2022

+ Du 6 au 21 oct. 2022

## Contexte

Plusieurs enquêtes réalisées par l'OPCO Santé auprès des structures de moins de 50 salariés, ont mis en évidence des attentes fortes et des besoins de formation notamment autour de la marque employeur et de la communication.

En effet, les dirigeants associatifs des petites structures ne savent pas comment développer leur marque employeur. Pourtant ils sont conscients que la question de l'attractivité de leur association, que l'image qu'elle donne à ses salariés et à ses futurs salariés peut aider à lever certains freins à l'embauche.

La manière dont un employeur communique sur lui-même en vue d'attirer des candidats, de les fidéliser et de les motiver est déterminante. Il est important de communiquer de façon différente pour développer son attractivité.

Les réseaux sociaux sont un canal de communication et d'auto-promotion qui sont à envisager.

## Objectifs

- ☞ Définir une stratégie de communication propre (s'auto-diagnostiquer, identifier ses éléments différenciant, sa vision cible, et mettre en place un plan d'action)
- ☞ Appréhender l'animation des principaux réseaux sociaux pour promouvoir son activité et la valoriser.
- ☞ Gérer et faire vivre les supports de communication au quotidien

## Prérequis

Pas de prérequis

## Contenu

### Jour 1

- ☞ Définir sa stratégie de communication et choisir les bons canaux selon ses besoins
- ☞ Découvrir les 3 réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram), leurs intérêts et les incontournables pour se créer un bon profil

### Jour 2

- ☞ Publier du contenu impactant et interagir avec son audience (illustré sur Facebook & Instagram)
- ☞ Utiliser les # sur Instagram
- ☞ Créer des stories & réels (Instagram)
- ☞ Publier du contenu impactant et interagir avec son audience (illustré sur LinkedIn)
- ☞ Recruter sur LinkedIn
- ☞ Mettre en place une routine de communication durable (qui, quoi, comment)