

FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, SPOTIFY... : COMMENT COMMUNIQUER SUR MON ENTREPRISE POUR TOUCHER CHAQUE GÉNÉRATION

Réf
RCOMRESSOC-STE7

Modalité
Présentiel

Durée
1.0 jour(s) - 7.0h

Nb stagiaires
10



OBJECTIFS

A l'issue de cette formation vous serez capable de :

- Comprendre comment utiliser chaque canal de communication digitale par cible.
- Mettre en place un plan média avec vos outils pour votre entreprise.
- Travailler sur le contenu des posts, des vidéos.
- Savoir mettre en place des campagnes de communication gratuites et payantes (ADS).



A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public

Dirigeants, Managers et salariés.

Pré-requis

Aucun.



CONTENU

Comprendre les attentes de chaque génération

- Baby-boomers (1946-1964) : recherchent la fiabilité, la clarté, la confiance ? contenus informatifs, rassurants.
- Génération X (1965-1980) : sensible au rapport qualité/prix, valorise l'expertise ? études de cas, témoignages, newsletters.
- Millennials / Génération Y (1981-1996) : veulent de l'authenticité, du sens, des engagements RSE ? storytelling, vidéos immersives, contenus engageants.
- Génération Z (1997-2012) : ultra-digitale, friande de formats courts, fun, interactifs ? TikTok, Reels, podcasts dynamiques.

Choisir les bons réseaux pour chaque public

- Facebook : idéal pour toucher Génération X et Boomers ? infos pratiques, événements, posts institutionnels.
- Instagram : visuels attractifs, stories et reels ? parfait pour Millennials et Gen Z.
- LinkedIn : réseau B2B par excellence ? crédibilité, expertise, marque employeur, networking.

- Spotify & podcasts : canal émergent ? bon pour Millennials et Gen Z qui consomment du contenu audio.

Adapter son ton, ses visuels, ses formats

- Ton institutionnel et rassurant pour les Boomers.
- Ton pragmatique, concret et démonstratif pour la Génération X.
- Ton dynamique, engageant, avec un storytelling authentique pour les Millennials.
- Ton direct, créatif, interactif et ludique pour la Génération Z.

Être visible là où sont ses clients

- Travailler une présence cohérente et régulière sur les réseaux choisis.
- Développer des campagnes ciblées (géographiques, générationnelles).
- Multiplier les points de contact (posts, stories, vidéos, podcasts, événements).

Créer des contenus qui parlent aux cibles recherchées

- Vidéos explicatives, lives et tutos pour Millennials et Gen Z.
- Témoignages clients, études de cas pour Génération X.
- Articles de fond, newsletters et posts institutionnels pour Boomers.
- Podcasts et contenus audio immersifs pour toucher Millennials/Gen Z au quotidien.

Mettre en place une communication simple, efficace et multigénérationnelle

- Construire une ligne éditoriale adaptée à chaque réseau.
- Organiser un calendrier de diffusion en mixant contenus pour chaque génération.
- Mesurer les retombées par cible (taux d'engagement, clics, partages, leads).
- Ajuster en continu pour garder une communication pertinente et inclusive.



PÉDAGOGIE

Une formation très concrète à partir des cas pratiques du participant.

Théorie et surtout mise en situation sur des cas propres à l'apprenant pour travailler ensemble sur les clés pour trouver une solution à un cas pratique vécu par le participant mais aussi des cas potentiels dans lesquels l'apprenant doit parvenir à mettre en place une communication de crise avec tous les outils étudiés avec le formateur.

Le but de cette formation est de rentrer "dans le vif du sujet" et d'être au plus près de la réalité terrain.



GESTION DES ACQUIS

Méthodes d'évaluation

- **Évaluation pré-formative** : Une grille d'auto-positionnement est transmise aux apprenants en amont de la formation pour faire un auto-diagnostic de leurs compétences.
- **Évaluation de suivi** : Évaluation du développement des compétences via la grille d'auto-positionnement remplie à l'issue de la formation.
- Évaluation à chaud de satisfaction fournie par REZO.
- **Évaluation des acquis** : Le/la formateur/trice remplit à son tour une grille de validation des acquis basée sur les compétences et connaissances acquises.
- Attestation de fin de formation REZO.



FORMATEUR ET PARTENAIRE

Après 25 années d'expérience et de savoir-faire dans les domaines du Marketing, de la Communication et de la Direction commerciale de PME locales et d'un groupe national, et le retour à l'Université en 2018-2019 pour obtenir un Master en marketing Digital et e-commerce à l'IAE de Grenoble, notre partenaire a au fil des années, multiplié son réseau médias, établi des communiqués de presse, géré des situations de crise, travaillé sur les réseaux sociaux et géré la e-réputation des entreprises clientes.



ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les solutions d'aménagement.