

Comment communiquer en respectant l'image de notre institution ?

Thème : choix d'une question à résoudre pour le groupe (15 mn)

Charte Graphique - Cadre institutionnel

Qui est garant ?

Appuis : chercher les points d'appui, les ressources du groupe dans des situations en lien avec le thème (30mn)

Définir des Templates, ligne éditoriale

trame commune aux posts, vocabulaire cadré, visuels institutionnels
Assurer le droit à l'image des personnes sur les photos (salariés comme stagiaires/candidats)
Améliorer le SEO sur les éléments publiés

Désirs : résultat visé, projection et visualisation d'une cible désirable (10 mn)

Harmoniser les publications et la communication "sortante"

Rassurer nos cibles sur le "sérieux" de notre structure
Augmenter la notoriété de l'Institution
pour créer un effet décalé et percutant.

Créer un avatar "Monsieur ou Madame GRETA" (par exemple)

Empêchements : écrire l'équation du problème : (20 mn)

Manque de moyens

+ les différentes strates obligatoires "pour autorisation"

+ Vision actuelle des réseaux sociaux par les plus éloignés du digital

+ Manque de visibilité sur les résultats

Challenger et conclure : options pour transformer les contraintes en opportunités et idées pour résoudre ou modifier l'équation impossible (30 mn)

Rassurer nos directions en leur présentant une ébauche du projet

Donner des éléments factuels
Présenter un exemple de vidéo témoignage, de vidéo "pub" pour accompagner l'explication

Montrer ce qui existe déjà et qui est sérieux

montrer ce qui est porteur actuellement sur les réseaux en nombre de clics

Comment communiquer en respectant l'image de notre institution ?

1. Thème : choix d'une question à résoudre pour le groupe (15 mn)

1.1. Charte Graphique - Cadre institutionnel

1.1.1. Qui est garant ?

2. Appuis : chercher les points d'appui, les ressources du groupe dans des situations en lien avec le thème (30mn)

2.1. Définir des Templates, ligne éditoriale

2.1.1. trame commune aux posts, vocabulaire cadré, visuels institutionnels

2.1.1.1. Améliorer le SEO sur les éléments publiés

2.1.2. assurer le droit à l'image des personnes sur les photos (salariés comme stagiaires/candidats)

3. Désirs : résultat visé, projection et visualisation d'une cible désirable (10 mn)

3.1. Harmoniser les publications et la communication "sortante"

3.1.1. Rassurer nos cibles sur le "sérieux" de notre structure

3.1.2. Augmenter la notoriété de l'Institution

3.2. Créer un avatar "Monsieur ou Madame GRETA" (par exemple)

3.2.1. pour créer un effet décalé et percutant.

4. Empêchements : écrire l'équation du problème : (20 mn)

4.1. Manque de moyens

4.1.1. + les différentes strates obligatoires "pour autorisation"

4.1.1.1. + Vision actuelle des réseaux sociaux par les plus éloignés du digital

4.1.1.1.1. + Manque de visibilité sur les résultats

5. Challenger et conclure : options pour transformer les contraintes en opportunités et idées pour résoudre ou modifier l'équation impossible (30 mn)

5.1. Rassurer nos directions en leur présentant une ébauche du projet

5.1.1. Donner des éléments factuels

5.1.2. Présenter un exemple de vidéo témoignage, de vidéo "pub" pour accompagner l'explication

5.2. Montrer ce qui existe déjà et qui est sérieux

5.2.1. montrer ce qui est porteur actuellement sur les réseaux en nombre de clics

