

DÉTAILS DE LA FORMATION

L'objectif de cette formation est d'apprendre à nos stagiaires à utiliser les réseaux sociaux, définir et mettre en place une stratégie Social Média efficace pour leur entreprise.

A la suite de cette formation vous saurez :

- Appréhender les différents Réseaux Sociaux utiles pour votre entreprise
- Saisir les enjeux de la communication sociale pour une entreprise
- Maîtriser les fonctionnalités des principaux Réseaux Sociaux
- Mettre en place une stratégie Social Media efficace
- Gérer la communication de votre entreprise sur les Réseaux Sociaux
- Créer facilement et rapidement des visuels pour les Réseaux Sociaux
- Gérer efficacement votre temps sur les Réseaux Sociaux

Public concerné : Tous types de professionnels.

Prérequis :

- Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur Internet ;
- Avoir des connaissances quant à l'utilisation courante des Réseaux Sociaux ;
- Avoir un page personnelle ou entreprise Facebook , Twitter et LinkedIn.

Outils requis :

- **Ordinateur portable du stagiaire.** À défaut, nous prévenir dès l'inscription.
- **Venir avec les coordonnées bancaires de l'entreprise afin de créer les comptes Facebook Ads et Twitter Ads** (Ouvertures de compte gratuites. Des frais seront engagés dès lors que vous lancerez une ou plusieurs campagnes publicitaires, ce qui ne sera pas le cas durant la formation. L'objectif étant de pouvoir vous montrer le fonctionnement de ces outils marketing).

Moyens pédagogiques : Diaporama et un fascicule récapitulatif du cours.

Modalités pédagogiques : Alternance d'apports théoriques et de mises en pratique.

Évaluation des acquis durant le stage :

Évaluation des acquis via la mise en pratique continue des apports théoriques (cf. cas pratiques). Le stagiaire devra définir sa stratégie de communication sociale et optimiser sa présence sur les Réseaux Sociaux.

Type d'action : Acquisition, entretien et perfectionnement des connaissances.

Durée : 24 heures, réparties sur 3 jours (8 heures par journée).

Effectif maximum: 5 personnes.

Horaires de formation : de 9h00 à 18h00 dont une pause repas entre 12h30 à 13h30

Lieu : Précisé lors de l'inscription.

Formateur : Yannick MARET

Tél : 06 79 23 30 74

Email : contact@monconseillerweb.fr

JOUR 1
LES MÉDIAS SOCIAUX

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Connaître les Médias Sociaux ;
- Découvrir les différents Réseaux Sociaux ;
- Connaître les habitudes et usages sur les Réseaux Sociaux ;
- Découvrir les Réseaux Sociaux pour les entreprises ;
- Découvrir le métier de Community Manager ;
- Connaître les outils indispensables.

SOMMAIRE :

- Définition des Médias Sociaux ;
- Les Médias Sociaux en quelques chiffres ;
- Panorama des différents Réseaux Sociaux ;
- Utilité des Réseaux Sociaux pour les entreprises ;
- Rôles des Réseaux Sociaux pour les entreprises ;
- La publicité sur les Réseaux Sociaux ;
- Définition des tâches du Community Manager ;
- Présentation des principaux outils du Community Manager ;
- Audit de la présence de l'entreprise sur les Réseaux Sociaux ;
- Analyse de la concurrence.

CAS PRATIQUES :

- Audit de l'entreprise sur les Réseaux Sociaux
- Analyse de la concurrence.

JOUR 2
LA STRATÉGIE ÉDITORIALE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Savoir mettre en place une stratégie éditoriale ;
- Savoir trouver du contenu
- Savoir créer du contenu
- Savoir Analyser les indicateurs de performances
- Savoir créer des visuels pour les Réseaux Sociaux avec Canva

SOMMAIRE :

- Sélectionner le/les Réseaux Sociaux utiles pour son entreprise ;
- Définir les objectifs de l'entreprise ;
- Déterminer son audience / sa cible ;
- Définir un ton et une thématique ;
- Choisir les formats adaptés ;
- Connaître les tailles des images sur les Réseaux Sociaux ;
- Définition des notions de Veille et de Curation ;

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE DE FORMATION SUR 3 JOURS

«PROFESSIONNELS, COMMUNIQUEZ EFFICACEMENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX»

- Où trouver du contenu ?
- Créer du contenu ;
- Choisir les fréquences de publication et les dates/heures à privilégier ;
- Établir un calendrier Éditorial ;
- Programmer les publications sur les Réseaux Sociaux ;
- Prise en main de l'outil Canva (création de visuels).

CAS PRATIQUES :

- Choisir la stratégie Social Media pour son entreprise ;
- Élaborer un calendrier éditorial efficace ;
- Réaliser une publication textuelle avec visuel (utilisation outil Canva).

JOUR 3

LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX POUR LES ENTREPRISES

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Apprendre à exploiter Facebook pour son entreprise ;
- Connaître les bases de la publicité sur Facebook ;
- Apprendre à exploiter Twitter pour son entreprise ;
- Connaître les bases de la publicité sur Twitter ;
- Apprendre à exploiter LinkedIn pour son entreprise ;
- Connaître les bases de la publicité sur LinkedIn.

SOMMAIRE :

Facebook :

- Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Facebook ;
- Présentation de la publicité sur Facebook: Facebook Ads ;
- Paramétrage et ciblage Facebook.

Twitter :

- Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Twitter ;
- Présentation de la publicité sur Twitter: Twitter Ads ;
- Paramétrage et ciblage Twitter.

LinkedIn :

- Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur LinkedIn ;
- Présentation de la publicité sur LinkedIn: LinkedIn Ads ;
- Paramétrage et ciblage LinkedIn.

CAS PRATIQUES :

- Créer une campagne Facebook, Twitter et LinkedIn ;
- Élaborer des visuels publicitaires adaptés aux différents formats imposés par les réseaux sociaux ;
- Créer une annonce Facebook, Twitter et LinkedIn ;
- Faire un A/B testing.

FIN DE LA FORMATION