

DURÉE : 2 JOURS

14 heures - Présentiel

PRÉ-REQUIS

Avoir suivi le réseaux sociaux Initiation ou avoir les connaissances équivalentes

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux et savoir les utiliser comme moyen de promotion pour votre entreprise

Maîtriser Facebook, Instagram et Youtube

Avoir des bases en Community Management

PUBLIC VISÉ

Chefs de projets - Chefs de produits - Responsables marketing - Webmasters - Responsables communication - Forces commerciales - Indépendants, commerçants, artisans

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Diagnostic pédagogique amont permettant de regrouper les apprenants par niveau homogène et d'assurer la parfaite adéquation entre vos besoins et le programme
- Organisation en petit groupe de 1 à 6 apprenants maximum garantissant une meilleure interactivité
- 1 poste informatique par apprenant
- Environnement confortable, calme et propice à la concentration (dans nos salles)
- Supports de cours et documentation individuels de qualité (livrets papier)
- Enchaînement de : ① théorie
② démonstration par l'exemple
③ mise en pratique sur exercices
- Visualisation et partage des connaissances transmises par projection audiovisuelle en appui
- A l'issue de la formation, tous les exercices et leurs corrigés vous sont remis

MOYENS D'ENCADREMENT

Consultant formateur spécialisé, validé par notre équipe tant sur la capacité pédagogique que la connaissance technique métier

MOYENS D'ÉVALUATION

Diagnostic préalable des connaissances individuelles à partir d'un questionnaire de positionnement
Évaluation de l'atteinte des objectifs par l'apprenant
Évaluation du transfert des acquis par le formateur

ORGANISATION - INTER OU INTRA

INTER-ENTREPRISES

Prix et dates sur calendrier si programmé

PRIX INTRA-ENTREPRISE

Sur devis - Programme adaptable en intra

CONTENU PEDAGOGIQUE

Introduction

Panorama des réseaux et des médias sociaux
La part des réseaux sociaux en France
La mobilité et le comportement des mobinautes
L'importance de L'inbound Marketing

L'impact des réseaux sociaux sur les entreprises

L'identité numérique et la e-réputation
Plus de transparence et de réactivité
Vers quels réseaux se tourner pour mon activité
Les réseaux sociaux comme atout pour son référencement

Définir une stratégie digitale autour des réseaux sociaux

Choisir les bons outils en fonction de ses objectifs et de son organisation
Panorama et stratégie liés aux réseaux sociaux : Facebook, Google+...
Comprendre et utiliser les médias sociaux : Youtube, Instagram...
L'univers du Blogging : les blogs, Twitter, Tumblr...

Développer une page Facebook

Ecosystème des pages Facebook
Animer sa page et construire sa ligne éditoriale Facebook
Plus d'interactions avec les applications
Favoriser l'adhésion des fans
Facebook Advertising : Faire de la publicité pour sa page
Mesurer la performance de sa page avec Facebook Statistiques

Créer une Chaine Youtube

L'interface d'une chaine Youtube
Les enjeux de la vidéo sur le web et la communication d'entreprise
Optimiser ses vidéos : durée, titre, description...
Choisir ses sujets et faire appel à un prestataire
Intégrer des vidéos dans son site web institutionnel

Avoir un profil Instagram

Stratégie d'entreprise sur Instagram
Interfaces mobiles et web
Développer une présence attractive
Réaliser de bonnes images/vidéos et textes

Premiers pas dans le Community management

Développer du contenu (texte/image/vidéo)
Utiliser un outil de Social Media Management
Faire de la veille sectorielle
Mesure du ROI
Pilotage de sa présence sociale