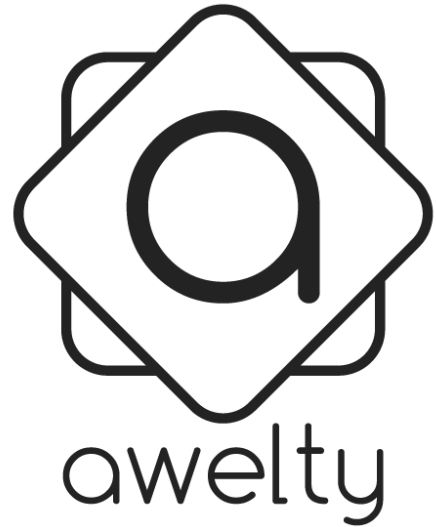


Créer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux



Durée : 14h (sur deux jours)

Niveau : Débutant

Tarif : 1200€ HT par personne formée

Objectif

Acquérir les connaissances nécessaires pour animer une communauté sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Instagram.

Acquis de la formation

- Comprendre la valeur ajoutée et les nombreux avantages à utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa communication globale
- Savoir choisir les réseaux adaptés à ses objectifs en fonction de son activité
- Définir des stratégies de contenu adaptées à chaque réseau social
- Animer une communauté et son identité sur chacun des réseaux
- Connaître les fonctionnalités de chaque réseau social
- Découvrir les publicités sur les réseaux sociaux

Prérequis

Connaître un minima l'univers des réseaux sociaux. Mais cette formation s'adressant aux débutants, aucune base n'est nécessaire pour en bénéficier.

Public concerné

Responsables marketing et communication, Community managers, Traffic managers, responsables acquisition de trafic, webmasters, de tous secteurs confondus.



Programme

L'idée avec cette formation est d'accompagner le client dans sa stratégie globale de communication sur les réseaux sociaux en lui expliquant les principes de bases et les bonnes pratiques de chaque réseau. Cette formation permet de créer une homogénéité dans la gestion de l'ensemble de ses comptes sur les réseaux sociaux.

Facebook

Présentation de Facebook

- Pourquoi s'intéresser à l'utilisation de Facebook ? (Avantages / Inconvénients)
- Explication des fonctionnalités
- Comprendre l'algorithme d'affichage de Facebook

Création d'une page Facebook

- Création de la page Facebook
- Choisir le type de page
- Renseigner les informations "A propos" de la page
- Déterminer l'URL
- Choisir sa photo de profil et sa photo de bannière

Optimisation de la page Facebook

- Définir le type de page
- Paramétrer la page
- Gérer les onglets
- Renseigner l'ensemble des informations sur la page ("A propos", "services", "offres", etc)

Publications & Stratégie de contenu

- Agir en tant que page
- Créneaux horaires à privilégier
- Illustrer ses propos (avec les outils à utiliser)
- Programmer ses publications
- Créer des événements
- Epingler une publication



- Géolocaliser une publication

Acquisition de Fans

- Intégrer Facebook à son site internet
- Créer de l'interaction
- Proposer des rendez-vous hebdomadaires
- Mise en place de jeu-concours
- Aimer d'autre page
- Promouvoir sa page

Publicités

- Création de publicités (les bases)
- Booster une publication (les bases)
- Différences entre les publicités et les contenus boostés

Twitter

Présentation de Twitter

- Pourquoi s'intéresser à l'utilisation de Twitter ? (Avantages / Inconvénients)
- Explication des fonctionnalités
- Découvrir le vocabulaire propre à Twitter

Création

- Création du compte Twitter
- Renseigner la description du compte
- Choisir sa photo de profil et sa photo de bannière

Optimisation de son compte Twitter

- Définir un hashtag officiel
- Paramétrer le compte
- Soigner sa présentation visuelle



Publications & Stratégie de contenu

- Créneaux horaires à privilégier
- Rythme de publication
- Fonctionnement des hashtags
- Comment citer quelqu'un
- Illustrer ses propos (avec les outils à utiliser)
- Créer des moments
- Epingler une publication
- Géolocaliser une publication
- Les outils utiles
- Programmer ses publications
- Exploiter Twitter Analytics

Acquisition de Fans

- Intégrer Twitter à son site internet
- Créer de l'interaction
- Proposer des rendez-vous hebdomadaires
- Mise en place de jeu-concours
- Suivre d'autres comptes
- Identifier les influenceurs

Publicités

- Création de publicités

Instagram

Présentation d'Instagram

- Pourquoi s'intéresser à l'utilisation d'Instagram ? (Avantages / Inconvénients)
- Explication des fonctionnalités
- Explication du fonctionnement de l'algorithme
- Découvrir le vocabulaire propre à Instagram

Création

- Création du compte Instagram
- Renseigner la description du compte
- Choisir sa photo de profil



Optimisation de son compte Instagram

- Définir un hashtag officiel
- Passer en compte professionnel

Publications & Stratégie de contenu

- Créneaux horaires à privilégier
- Rythme de publication
- Fonctionnement des hashtags
- L'importance d'avoir de belles illustrations
- Utiliser la fonction "story"
- Géolocaliser une publication
- Identifier les hashtags à utiliser dans sa description

Acquisition de Fans

- Intégrer Instagram à son site internet
- Créer de l'interaction
- Proposer des rendez-vous hebdomadaires
- Mise en place de jeu-concours
- Suivre d'autres comptes
- Identifier les influenceurs
- Utiliser des hashtags pertinents en fonction de la publication

Publicités

- Lier son compte publicitaire à Facebook
- Présentation des publicités possibles sur Instagram



Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre

Les formations peuvent être en intra. Le lieu de la formation peut être différent en fonction des besoins et contraintes des participants. De plus, la formation est personnalisée en fonction du public concerné. Cette adaptation permet que la formation soit encore plus bénéfique pour les stagiaires. Dans la mesure où il n'y a qu'un seul participant lors d'une formation, il est possible d'accentuer une partie de celle-ci par rapport à ses propres besoins.

Les formations pourront comporter une phase de démonstration pour encore mieux guider les stagiaires. Des temps consacrés aux échanges, aux questions-réponses seront également proposés tout au long de la formation pour qu'elle soit la plus enrichissante possible. Le formateur dispose d'un ordinateur, d'un vidéoprojecteur, d'une connexion Internet.

Moyens d'encadrement

Depuis 13 ans, Arnaud Jibaut est Gérant du groupe Awelty, spécialisé dans la création et l'édition de sites web, ainsi que le développement d'applications mobiles. Il a également partagé ses compétences en dispensant des cours aux étudiants de l'école Wis à Amiens. Il possède des connaissances et des compétences solides, en langages de programmation, rédaction web, gestion de projets, communication web (réseaux sociaux, référencement/SEO, communication visuelle...) acquises grâce à ses expériences professionnelles et par passion. Sa très bonne maîtrise de ces différents domaines lui permet de proposer des formations enrichissantes.

Moyens permettant de suivre l'exécution de l'action et d'en apprécier les résultats

Lorsqu'un stagiaire participe à une formation, il doit signer une feuille d'émargement pour attester de sa présence. Il existe une feuille d'émargement collectif et individuel. Après la formation, une attestation signée affirmant que le stagiaire y a bien participé, lui est remise. A la fin de la formation, un QCM permettant de vérifier l'acquisition des compétences et connaissances des stagiaires est transmis à chacun d'entre eux. Il s'agit d'une évaluation à chaud, car le QCM est complété juste après la réalisation de la formation.

Une attestation de formation est ensuite remise aux :

- Bénéficiaires de l'action de formation
- Clients et/ou financeurs
- Sous-traitants s'il y a lieu

Cette attestation comporte une partie intitulée résultats d'évaluation des acquis et renseigne si la maîtrise est insuffisante, partielle ou complète.

