

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (SOCIAL MEDIA)

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Construire une stratégie de communication efficiente en fonction de son domaine d'activité sur les réseaux sociaux
Bâtir son image de marque personnelle pour se différencier

Maîtriser les différents réseaux sociaux et outils associés et savoir les mettre en application au service de votre stratégie
Évaluer les performances de la stratégie et effectuer des ajustements

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Responsable marketing, Responsable digital, Social media strategist, Chargé de communication, Community manager, Digital planner, Cadre en entreprise, Chef d'entreprise, Responsable commercial, Responsable RH, Social Media Manager, Créateur d'entreprise, Artisans, Commerçants, Profession Libérale.

Pré-requis

Avoir des bases en informatique.

Durée de la formation et modalités d'organisation

En distanciel

Durée: 21 heures

1800€ ht, 2160€ ttc.

Entrée permanente.

En présentiel

Durée: 3 jours.

Inter: 1800€ ht

Intra: à partir de 900€ ht la journée.

Horaires: 9h30-13h/14h-17h30

Lieu de la formation

Dans les locaux de nos partenaires ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

En distanciel : le stagiaire doit disposer du logiciel enseigné, du logiciel permettant la connexion à distance avec le formateur et d'une connexion de bonne qualité.

En présentiel : Un ordinateur par personne
- Vidéo projecteur - Connexion Internet

► Appréhender les bases du marketing digital et maîtriser LinkedIn

Appréhender les bases de la communication et du marketing
Dernières tendances en matières de réseaux sociaux (chiffres clés, études statistiques, et évolution des pratiques)
Les bases du marketing: modèle des 10P
Focus sur la communication: modèle de Lasswell

La communication digitale: l'enjeu social

► **Bâtir son image de marque et son positionnement sur les réseaux sociaux**
Personal branding: atelier des 5 éléments et atelier CANVA

Les éléments essentiels de votre territoire de marque: charte graphique, valeurs, moodboard

Les cibles: adapter son positionnement à sa cible: méthode des personas

► **Mobiliser LinkedIn pour bâtir sa réputation**

Histoire du réseau et de son algorithme, chiffres clés

La puissance du profil personnel sur LinkedIn: fonctionnement et pistes d'optimisations

La page entreprise: fonctionnement et règles particulières

Principes de fonctionnement: s'informer, acquérir de la visibilité, trouver de nouveaux clients, dynamiser le référencement de votre site web, créer sa propre communauté, recruter

Création de contenus adaptés à LinkedIn: atelier

Mesurer sa performance sur LinkedIn

► **Comprendre et savoir utiliser Facebook et Instagram**

► **Maîtriser Facebook et son algorithme**

Les utilisateurs de Facebook

Le profil personnel, le groupe, la page entreprise

Atelier: créer sa page Facebook

Principes de fonctionnement: créer du contenu adapté à la plateforme, comprendre l'algorithme, la plateforme de gestion META BUSINESS SUITE, et sponsoring de contenus,
Publier au bon moment et mesurer sa performance sur Facebook

► Maîtriser Instagram et son algorithme

Les utilisateurs d'Instagram
Atelier jeu de l'oie: l'algorithme d'Instagram
Le profil Instagram et les types de comptes professionnels
Importance des stories
Importance des reels: l'enjeu de la vidéo pour l'algorithme
Publier au bon moment et mesurer sa performance sur Facebook

► **Mise en pratique et études de cas sur Facebook, Instagram et LinkedIn**

Exercice «Cas pratique» pour votre marque ou activité: Quels réseaux sociaux pour ma marque? Mettre en place les pages sur les plateformes

Créer du contenu adapté à chaque plateforme en découvrant des outils de création graphique: CANVA, CAPCUT, INSHOT.

Étude de cas concrète: comment développer la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux: vos recommandations, idées et création de contenus adaptés

► **Utiliser la boîte à outil du marketing de contenu pour développer une stratégie percutante**

► **Boîte à outils de la création de contenus**

La ligne éditoriale: comment la construire?
Le calendrier éditorial: colonne vertébrale de votre stratégie
Benchmark: que font mes concurrents sur les réseaux sociaux? Outils et applications supports pour la création de contenus

► **Les métiers du social media management**

Social Media Manager ou Community Manager?

Méthode AIDA: attirer des clients et développer la conversion
Importance du storytelling

Le social selling: comment vendre sur les réseaux sociaux

La modération de contenus

► **Panorama des autres réseaux sociaux**

Youtube: vocabulaire et principe de fonctionnement
TikTok: vocabulaire et principe de fonctionnement
Pinterest: vocabulaire et principe de fonctionnement
Snapchat: vocabulaire et principe de fonctionnement
Twitter / X: vocabulaire et principe de fonctionnement