

## PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

# MAÎTRISER SA COMMUNICATION AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX

IDS-3-13

## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Analyser sa présence et son image en ligne  
Créer un compte Twitter et rechercher des personnes à suivre  
Utiliser les réseaux Facebook, Twitter et LinkedIn  
Communiquer sur les réseaux selon les codes et usages

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

### Public concerné

Toute personne souhaitant animer et de diffuser des informations sur les différents réseaux sociaux.

### Pré-requis

Pas de niveau requis, les modules sont adaptés en fonction du niveau et des besoins des publics auxquels ils sont dispensés.

### Durée de la formation et modalités d'organisation

En distanciel  
Durée: 35 heures  
1280€ ht, 1536€ ttc.  
Entrée permanente.  
En présentiel  
Durée: 5 jours.  
Intra: à partir de 1050€ 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.

05/2022

### ► Partie 1

Panorama des tendances clés en 2020

#### ► Construire sa stratégie web

Bien communiquer avec ses internautes et recruter des clients ou des visiteurs sur le Web

Fidéliser les visiteurs de son site

Web/book en ligne

Référencement, Webanalytics, SEO/SEM

-Fonctionnement d'un moteur de recherche comme Google

Indexation d'un site Web

SEO: Comment optimiser le référencement?

Le Webanalytics: Performances, suivi et optimisation

Introduction au Search Engine

Marketing

Le Search Engine Marketing

Advertising (SEA) : Google Adwords et Google Display

Les newsletters: règles à respecter et stratégie d'e-mailing

Créer une campagne de financement participatif (crowdfunding)

### ► Partie 2

Promotion et diffusion d'une oeuvre artistique sur le web

### ► Partie 3

#### ► Introduction aux réseaux sociaux

Panorama des réseaux sociaux

Tendances clés en 2020

Points communs et différences des différents réseaux sociaux

#### ► Construire sa stratégie Social média

Objectifs, ligne éditoriale et audience

Ciblage et choix des canaux

Quels contenus pour quels réseaux?

Créer des campagnes sponsorisées en vue de maximiser la promotion

Exposition et diffusion du message

Suivi et optimisation de sa stratégie: outils et metrics

Stratégie d'influence