

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

MAÎTRISER SA COMMUNICATION AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX

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 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.
Inter: 1280€ 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

02/2025

Partie 1

Panorama des tendances clés
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 œuvre artistique sur le web

Partie 3

Introduction aux réseaux sociaux
Panorama des réseaux sociaux
Tendances clés
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