

## PROGRAMME FORMATION

# RÉSEAUX SOCIAUX pour les professionnels

**Public visé : Demandeurs d'emploi, salariés, gérants TNS,**

Toute personne souhaitant être en charge de la web communication d'une entreprise

**Objectifs de formation :** Appréhender l'intérêt et l'utilisation des différents Réseaux Sociaux aujourd'hui porteurs sur le marché mais surtout de mettre en place une stratégie de communication adaptée à son secteur d'activité.

**Prérequis :** Avoir des bases solides en bureautique

**Moyens pédagogiques :** Apport didactique d'un intervenant, 1 poste informatique par stagiaire, vidéoprojecteur, un support de cours détaillant toutes les notions apprises en cours.

**Suivi pédagogique :** Formation 100% en présentiel, animée par un formateur expert en Web-stratégie – alternance d'apports théoriques, de démonstrations et d'applications – Echanges et jeux de rôle entre stagiaires - Exercices d'application évolutifs sont proposés tout au long de l'apprentissage, permettant de mettre en pratique toutes les notions du programme.

1 poste informatique par stagiaire – accès internet ADSL – 1 vidéoprojecteur HD

**Modalité/déroulement :** Formation en présentiel

**Profil formateur :** M Pierre COLIN – Consultant, spécialiste en formation en web stratégie sur les réseaux Sociaux.

**Durée :** 3 jours - 21 heures

**Dates :** à définir avec le stagiaire

**Nombre de stagiaires :** de 3 à 8 stagiaires

**Lieu de la formation :** ATC FORMATIONS 85300 CHALLANS

**Catégorie de l'action :** Formation visant à l'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement de connaissances et favorisant son évolution et/ou insertion professionnelle – Programme 2018 – Version 2

**Modalité d'évaluation :** Attestations de présence et d'assiduité

**Responsable de stage :** Mme Justine BRIEAU

**Prestataire de la formation :** ATC FORMATIONS CHALLANS

54 rue Carnot – 85300 CHALLANS – D'enregistrement 528500965 85

## LES RESEAUX SOCIAUX – web communication

### Comprendre les enjeux

Définition des réseaux sociaux  
Jargon et historique  
Quelques chiffres  
Avantages / inconvénients  
Points communs  
Découvrir les principaux réseaux sociaux

### Les précurseurs

Les grands publics : Facebook, Twitter, Google+  
Les professionnels  
Les challengers  
Utiliser Facebook : Quel intérêt pour une entreprise

### Facebook

Compte personnel  
Profil : paramétrage, confidentialité  
Animer 1 page Facebook d'entreprise  
Erreurs à ne pas faire  
Faire de la publicité Facebook  
Créer une campagne publicitaire  
Créer un jeu concours  
Consultation des résultats

### Linkedin

Développer son réseau et utiliser LinkedIn en BtoB  
Créer et entretenir la relation avec ses prospects et clients

### Les autres réseaux sociaux professionnels

Les groupes de discussion  
Comprendre Twitter  
Comprendre Instagram  
Comprendre Pinterest  
Google pro

### Savoir définir la web communication la plus adaptée à son activité

Définition des tâches du Community Manager  
Méthodologie (cibles, objectifs, actions, acteurs, mise en œuvre, lancement, animation, etc.)  
Choix des bons réseaux sociaux  
Image et positionnement  
Planification et organisation  
Savoir mesurer le retour sur investissement

Atelier et mises en situation : Planifier et définir la meilleure stratégie pour son entreprise.