

## Programme

## LES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS (CPF) Formation en Collectif – présentiel (28 h)

**Public visé :** Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant être en charge de la web communication d'une entreprise

**Eligible au CPF :** Oui – code 84517

**Durée :** 4 x 7 heures soit 28 heures

### Objectifs de formation :

- Acquérir une aisance sur l'utilisation des différents réseaux porteurs sur le marché
- Être capable de mettre en place une stratégie de communication adaptée à son secteur d'activité
- S'entraîner pour atteindre le meilleur score à la certification TOSA Digital

**Prérequis :** Bonnes connaissances en informatique et en bureautique

**Moyens pédagogiques :** Apport didactique d'un intervenant – Formation 100% présentiel – en groupe de 3 à 6 personnes maxi - 1 poste informatique par stagiaire, un manuel complet et des exercices d'applications sont fournis. Travail dans un cadre commun (écoute active, droit à l'erreur, bienveillance) - L'approche pédagogique est adaptée au profil de chaque personne - Apports théoriques et pédagogiques personnalisés.

### Modalités d'évaluation initiale :

Un questionnaire envoyé en amont définit les besoins du stagiaire

### Modalités d'évaluation finale :

- Des exercices d'application progressifs évaluent les notions acquises + Quiz de connaissances
- Passage de la certification TOSA Digital

**Modalité d'accès à la formation :** Aucune

### Délai d'accès :

Une première date de formation sera convenue de façon conjointe entre l'équipe pédagogique et le stagiaire concerné

**Tarif :** Nous contacter

**Accessibilité aux personnes handicapées :** Nos formations peuvent être accessibles aux personnes handicapées, merci de nous consulter.

**Assistance technique et responsable du stage :** Mme Justine BRIEAU. Contact : 02 51 68 46 15 ou par mail : justine@atc-formations.fr. Délai de réponse sous 48 heures.

Version 2021-V2

### COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

Définition des Réseaux sociaux les plus influents et pertinents aujourd'hui sur le marché. Leurs cibles, leurs avantages, leurs inconvénients...

Découvrir les interfaces et l'organisation des principaux réseaux utilisés en entreprise.

### PRESENTATION D'UNE STRATEGIE MARKETING

Comprendre l'importance d'organiser et de cibler son projet

Effectuer une veille concurrentielle

Analyse de sa présence web et identification des points d'améliorations

### LES RESEAUX SOCIAUX

#### GOOGLE BUSINESS

Présentation de Google Business (Connexion, fonctionnalités, paramétrage)

Création et/ou mise à jour de sa page Google Business

#### FACEBOOK

Présentation de l'interface

Différence entre page/profil

Paramétrage, confidentialité

Les Menus et fonctionnalités : Publication, programmations, événements...

Les services professionnels proposés : Marketplace, Emploi, Menu, Services...

Présentation des différents moyens de publication : Via la page, via Creator Studio, ou Outils de Animer sa page Facebook d'entreprise

- Les Publications (fréquence / pertinence du contenu : texte, Photo, vidéo, diapo, etc...)
- Techniques et ressources pour créer son contenu

#### INSTAGRAM

Présentation de l'interface

Fonctionnalités poussées : Publicité, jeux concours, Boutique, Live, Liaison avec INSTAGRAM

Création d'un planning de publications (sur 3 mois)

Développer son réseau

Consultation des résultats

Erreurs à ne pas faire

Publier sur Instagram

Développer son réseau

Utiliser les Hashtags

#### LINKEDIN

Présentation de l'interface

Paramètres et des fonctionnalités (différence page/profil)

Les différents menus et services

Les fonctionnalités (publication, emploi, ressources, Stories)

La publicité sur LINKEDIN.

Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter

Développer son réseau et utiliser LinkedIn

Créer et entretenir la relation avec ses prospects et clients

#### LES AUTRES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

Youtube, Pinterest, Snapchat, TikTok : en fonction des besoins des stagiaires

### SAVOIR DEFINIR UNE STRATEGIE PERTINENTE POUR SON ACTIVITE

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.

## **METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE PERTINENTE POUR SON ACTIVITE**

Créer/mettre à jour l'ensemble de ses comptes et de ses pages en lien avec la stratégie définie

Alimenter du contenu pertinent

Planifier / organiser

Jouer sur les interactions

Gestions des avis négatifs

Savoir mesurer le retour sur investissement

## **PREPARATION ET PASSAGE DE LA CERTIFICATION TOSA DIGITAL**

Le passage de la certification « TOSA » s'organise en présentiel.

ATC se charge d'organiser l'inscription au test.

La certification TOSA est sous forme de QCM de 45 questions et de manipulations réelles sur les outils numériques en lien avec des mises en situation rencontrées en entreprise

Durée 75 minutes.

Ce test est sans échec, il délivre un score de 1 à 1000