

Programme

LES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

Formation en Collectif – présentiel (21 h)

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

Eligible au CPF : Non

Durée : 3 x 7 heures soit 21 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

Prérequis : Bonne connaissance 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

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.