

## Programme

**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 :** 35 heures

**Objectifs de formation :**

- Acquérir une aisance sur l'utilisation des différents réseaux sociaux porteurs sur le marché
- Être capable de mettre en place une stratégie de communication adaptée à son secteur d'activité

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

**Prérequis techniques :** Disposer d'un ordinateur avec accès à Internet

**Moyens pédagogiques :** Formation mixte – 35h :

- 21 h Formation en présentiel/collectif, animée en face à face présentiel -
- 14 heures en exercices tutorés à réaliser en autonomie.

**Méthodes mobilisées :**

- Alternance entre démonstrations et applications - Travail dans un cadre commun (écoute active, droit à l'erreur, bienveillance)
- Vidéos de consolidation et exercices tutorés progressifs, mis à disposition sur un parcours sécurisé sur le site [atc@formations.fr](mailto:atc@formations.fr) pour la partie tutorée.
- Des supports de cours sont remis en format PDF

**Modalités d'évaluation initiale :**

Un questionnaire envoyé en amont définit les besoins et le niveau du stagiaire

**Modalités d'évaluation finale :** Quiz de connaissances

**Modalité d'accès à la formation :** Entretien préalable, téléphonique ou physique avec Mme Justine BRIEAU

**Délai d'accès :**

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

**Tarif :** à partir de 38.00€ TTC de l'heure (Nous consulter pour plus de précisions).

**Accessibilité de nos locaux aux personnes handicapées :** Non.

Si vous êtes en situation de handicap : Possibilité d'organisation et d'adaptations. Merci de nous contacter pour une étude personnalisée.

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

V3 – MAJ 2022

## LES RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

Formation en Collectif – présentiel/tutoré (35 h)

### JOUR 1 – Les réseaux sociaux professionnels (7h en présentiel)

#### 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)

Publier sur Instagram / Développer son réseau / Consultation des résultats

Erreurs à ne pas faire

Utiliser les Hashtags

### JOUR 2 – Consolidation des apprentissages (7h en autonomie)

Exercices tutorés à réaliser, en lien avec les notions vues en cours (cas pratiques)

### JOUR 3 – Les réseaux sociaux professionnels (7h en présentiel)

#### 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

### JOUR 4 – Consolidation des apprentissages (7h en autonomie)

Exercices tutorés à réaliser, en lien avec les notions vues en cours (cas pratiques)

### JOUR 5 – Les réseaux sociaux professionnels (7h en présentiel)

#### 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