

FORMATION RÉSEAUX SOCIAUX : LES FONDAMENTAUX

Public visé	<ul style="list-style-type: none">• Assistant marketing ou communication• Chefs d'entreprise qui débute sur les réseaux sociaux• Freelancers et consultants indépendants
Durée	<ul style="list-style-type: none">• 14 heures en présentiel avec formateur
Prérequis	<ul style="list-style-type: none">• Maîtrise de l'environnement Windows ou MacOS• Avoir idéalement un compte personnel Facebook et / ou LinkedIn
Taux de satisfaction des stagiaires	
Délai d'accès	Environ 3 semaines

OBJECTIFS

- **Développer une stratégie de communication efficace sur les médias sociaux** : les participants apprendront à naviguer et à exploiter les différentes plateformes de médias sociaux, en comprenant leurs spécificités, tendances, et opportunités. Ils seront capables de développer une stratégie de médias sociaux solide et adaptée à leur marque ou organisation.
- **Optimiser la gestion et la présence de l'entreprise sur les médias sociaux** : les participants acquerront des compétences pour gérer activement et efficacement une communauté en ligne. Cela inclut la planification de contenu, la gestion des crises, l'engagement avec l'audience, et l'utilisation d'outils de gestion des médias sociaux pour programmer des posts et suivre les engagements.
- **Maîtriser le copywriting pour les réseaux sociaux** : les participants apprendront à rédiger des contenus percutants et engageants pour diverses plateformes de médias sociaux. Ils exploreront différentes techniques de rédaction, apprendront à créer des appels à l'action efficaces, et à adapter leur message à différents formats et plateformes de médias sociaux.

CONTENU

/ MODULE 1 : INTRODUCTION AUX RÉSEAUX SOCIAUX (1 HEURE)

Objectifs :

Comprendre les enjeux et le vocabulaire des réseaux sociaux.

Contenu :

Travailler efficacement avec les réseaux sociaux implique de :

- Sélectionner judicieusement les plateformes pertinentes pour votre public cible.
- Acquérir une maîtrise du jargon spécifique aux médias sociaux.
- Comprendre et assumer les responsabilités et les tâches d'un gestionnaire de communauté (community manager).

Activités :

Discussion sur les expériences personnelles et professionnelles.

/ MODULE 2 : PANORAMA DES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX (2,5 HEURES)

Objectifs :

Découvrir et comprendre les fonctionnalités des principaux réseaux sociaux.

Contenu :

- Saisir les mécanismes d'utilisation de Facebook.
- Employer des plateformes comme Twitter et Pinterest pour partager des liens.
- Personnaliser sa marque en utilisant Instagram, Snapchat ou TikTok.
- Acquérir des contacts professionnels à travers LinkedIn.
- Explorer d'autres réseaux sociaux à vocation plus spécifique.

Activités :

Analyse de cas d'entreprises utilisant divers réseaux sociaux.

/ MODULE 3 : ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX (1,5 HEURES)

Objectifs :

Développer et mettre en œuvre une stratégie de médias sociaux.

Contenu :

- Connaître le contenu à publier et identifier le réseau social approprié pour le diffuser.
- Établir un calendrier de publication régulier.
- Impliquer activement sa communauté dans les stratégies de communication et adhérer aux meilleures pratiques.
- Ajuster ses pages web pour une meilleure intégration avec les réseaux sociaux.

Activités :

Atelier de création d'une stratégie de médias sociaux.

/ MODULE 4 : ÉTABLIR SA PRÉSENCE SUR FACEBOOK ET LINKED IN (2 HEURES)

Objectifs :

Créer, paramétrer, et gérer une page entreprise sur Facebook et LinkedIn.

Contenu :

- Saisir la structure et le fonctionnement des deux réseaux.
- Mettre en place et configurer une page dédiée à l'entreprise.
- Assurer une information complète et précise sur la page.
- Sélectionner les onglets à rendre visibles.

Activités :

Atelier de création et configuration d'une page Facebook et LinkedIn

/ MODULE 5 : COMMUNIQUER EFFICACEMENT SUR FACEBOOK (3 HEURES)

Objectifs :

Optimiser son profil et sa communication sur Facebook.

Contenu :

- Identifier les sujets pertinents à traiter
- Concevoir et planifier une publication.
- Diversifier la communication via des événements, vidéos, produits, etc.
- Relayer les publications d'autres utilisateurs ou pages.
- Interagir au sein des groupes Facebook.
- Établir des liens entre le site web et la page Facebook.
- Évaluer l'efficacité et la portée de la page Facebook.

Activités :

Atelier de création de divers types de publications.

/ MODULE 6 : LA COMMUNICATION SUR LINKEDIN (3 HEURES)

Objectifs :

Optimiser son profil et sa communication sur LinkedIn.

Contenu :

- Saisir la pertinence de certains champs du profil.
- Établir et configurer une page dédiée à l'entreprise.
- Rédiger des publications sur la page entreprise de LinkedIn.

Activités :

Atelier d'optimisation du profil LinkedIn et création de publications.

/ MODULE 7 : CONCLUSION ET ÉVOLUTIONS (1 HEURE)

Objectifs :

Définir les prochaines étapes et rester informé des évolutions des réseaux sociaux.

Contenu :

- Établir ses objectifs prioritaires.
- Rester informé des tendances et mises à jour des réseaux sociaux.
- Test de validation des acquis
- Session de questions et réponses.

Activités :

Session de questions/réponses et évaluation de la formation.

QUALIFICATION DES INTERVENANTS

Formateurs spécialisés dans les outils de communication digitale justifiant d'un niveau minimum Bac+3 ou équivalent.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Cours en présentiel ou visioconférence en individuel ou en groupe avec formateur

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Test de positionnement
- Mise en situation
- Test final de validation
- Bilan pédagogique
- Certificat de réalisation