

Réseaux sociaux les fondamentaux

« Comment améliorer votre visibilité tout en vous démarquant ? »

Objectifs

- Comprendre les usages de chaque média social et déterminer les « best practices »
- Organiser et optimiser sa prise de parole sur les réseaux sociaux
- Connaître les outils incontournables pour se lancer dans une stratégie Réseaux Sociaux

Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

INFORMATIONS PRATIQUES

Durée :

2 jours - 14 heures

Formats :

Présentiel ou distanciel

Effectif minimum :

2 personnes

Types :

Inter ou intra entreprises

Pré-requis :

- Avoir un ordinateur à disposition
- Maîtrise de l'outil informatique
- Avoir un téléphone portable à sa disposition
- Avoir les identifiants et mots de passe pour les réseaux

Public concerné :

- Toute personne débutant sur les réseaux sociaux et désirant se familiariser avec les réseaux et les médias sociaux. (Instagram, Facebook, LinkedIn)

Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

Programme

Introduction : Comprendre les fondamentaux de la communication digitale

Chiffres clés

Appréhender les enjeux du marketing digital : définition, avantages, enjeux
Savoir pourquoi se lancer sur les réseaux sociaux ?

Connaître les tendances actuelles et émergentes des réseaux sociaux :
définition, usages et chiffres clés

Introduction bis : Débuter sur les réseaux sociaux

Établir le portrait-robot de son établissement

Auditer son établissement (SWOT, Concurrence, ...)

Partie 1: Démarrer sur Instagram

Connaître les fondamentaux du réseau social (chiffres clés, utilisation, lexique et audience..)

Optimiser son compte (profil, bio, photo)

Donner envie en créant un feed harmonieux et cohérent

Créer de l'engagement (utilisation des hashtags et fonctionnalités virales (stories, highlights, collab, reels, guide))

Organiser sa prise de parole : planifier, programmer, poster

Définir ou optimiser ses KPIs

Partie 2 : Se lancer sur Facebook

Connaître les fondamentaux du réseau social (chiffres clés, utilisation, lexique et audience..)

Optimiser sa page et comprendre l'algorithme

Créer de l'engagement et de la viralité

Organiser sa prise de parole et publier aux bons formats

Agrandir sa communauté

Définir ou optimiser ses KPIs

Partie 3 : Appréhender les fondamentaux de LinkedIn

Connaître les fondamentaux du réseau social (chiffres clés, utilisation, audience fonctionnement de l'algorithme, différents types de comptes et de pages ...)

Optimiser son compte et son profil

Appréhender les différents types de contenus

Publier aux bons formats

Méthodologie

Apports théoriques et pratiques

Mises en situation