Les réseaux sociaux (Instagram, Facebook...)

Public Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...
Pré-requis Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)
Durée 21 heures (3 jours)
Objectifs Savoir créer et administrer une page facebook et un compte twitter. Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement. Seront également abordés Viadeo, link'in et les blogs
Formalisation à l'issue de la formation : Attestation de fin de formation



Journée globale Réseaux Sociaux

Marketing et réseaux sociaux

- Notions de marketing
- Notions de web marketing
- Notions d'inbound marketing
- Notions de marketing relationnel
- Génération « réseaux sociaux »
- Le consommateur-média
- Les programmes « ambassadeurs » de type « UGC »
- Les nouvelles tendances des réseaux sociaux
- Les métiers des réseaux sociaux :
  Social Media Manager et CommunityManager

Travailler sa marque sur les réseaux sociaux

- Panorama et caractéristiques des réseaux sociaux en France
- Les spécificités des réseaux sociaux
- Définir des objectifs sur les réseaux sociaux
- Concevoir la bonne stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux
- Comment trouver des sujets sur la durée ?
- Le plan de contenu
- La ligne éditoriale : contenu et tonalité
- Le calendrier éditorial
- Écrire pour créer de l'engagement les réseaux sociaux : de Aïda au CTA
- La publicité sponsorisée sur les RS

Le « social selling » (vente sur les réseaux sociaux)

- Comment les réseaux sociaux développent les chiffres d'affaires ?
- Comment trouver vos prospects et vendre sur les réseaux sociaux ?
- Les difficultés rencontrées
- Les clés pour réussir

Threads

- Qu'est-ce que Threads ?
- Utilisation de Threads pour les communications privées
- Intégration avec Instagram
- Confidentialité et sécurité sur Threads

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel
Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire
1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

Les réseaux sociaux (Instagram, Facebook...)- suite

Instagram Niveau I et II

Comprendre Instagram

- L'univers INSTAGRAM: le profil, la page, le groupe, l'événement, le like, etc
- INSTAGRAM et son audience : tranches d'âges et attentes
- Pourquoi choisir INSTAGRAM ?
- Les objectifs pour une activité, une entreprise, une marque
- Comment promouvoir sa page de fans ?
- Des leviers intéressants : les apps, les jeux concours, etc
- Secrets et astuces incontournables sur INSTAGRAM
- La publicité sur INSTAGRAM

Mesurer et optimiser

- Les algorithmes de contenu des réseaux sociaux : comment en tirer parti ?
- Focus sur l'algorithme INSTAGRAM : le Edge Rank
- Les indicateurs de mesures (KPI) : engagements, ROA, ROE, etc
- Observer les concurrents
- Exercice « Cas pratique » pour votre marque ou activité :
- Quels réseaux sociaux pour ma marque (où sont les prospects et clients, où sont mes concurrents ?)
- Trouver les bons sujets
- Établir la ligne éditoriale
- Établir le calendrier éditorial
- L'utilisation d'outils en ligne pour élaborer le bon post (textes et images)
- Définir une stratégie opérationnelle sur INSTAGRAM
- Rédiger un contenu « post » sur INSTAGRAM
- Rédiger un contenu « post » sur un autre réseau social que INSTAGRAM

Facebook

- Qu'est-ce que Facebook ?
- L'univers et le vocabulaire de Facebook
- Comprendre la logique Instagram
- Facebook et ses caractéristiques : émotion, communauté et visibilité
- Instagram et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur Facebook

Autres réseaux sociaux »

Tik Tok

- Découverte du potentiel de Tik Tok pour les entreprises
- Initiations aux bases de Tik Tok
- Comment créer un profil professionnel adapté à son activité
- Comment optimiser un profil professionnel pour convertir les prospects en clients
- Comprendre et déjouer l'algorithme de Tik Tok
- Comment faire une bonne vidéo
- Les idées de Tik Tok à fort potentiel
- Quelles sont les bonnes pratiques de Tik Tok
- Maîtriser la création de Tik Tok de débutant à expert
- Atelier : diverses mises en situation
- Savoir réunir les éléments pour percer sur Tik Tok
- Utiliser la planification de Tik Tok
- Améliorer sa communication grâce aux données analytiques

Linkedin

- Qu'est-ce que Linkedin ?
- L'univers et le vocabulaire Linkedin
- Comprendre la logique Linkedin
- Linkedin et ses caractéristiques : profils, groupes, pages entreprises
- Linkedin et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur Linkedin

X :

- Qu'est-ce que X ?
- L'univers et le vocabulaire X
- Comprendre la logique X
- X et ses caractéristiques : la veille, le partage, la communauté
- X et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur X

Pinterest

- Qu'est-ce que Pinterest ?
- Découverte visuelle et inspiration
- Utilisation de Pinterest pour les entreprises

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel
Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire
1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur