

Programme de Formation

« Apprendre les bases & dynamisez la présence de votre entreprise sur les réseaux sociaux »

Formation & Co

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Choisir le bon réseau social
- Définir la communauté potentielle ciblée
- Etablir une stratégie sociale media à l'image de l'entreprise
- Gérer des différents comptes développés sur les médias sociaux
- Définir quel contenu poster, à quelle fréquence et alimenter les médias sociaux
- Contrôler l'impact des réseaux sociaux grâce à des outils simples
- Utiliser les bons outils pour gérer la présence d'une entreprise, d'une marque, d'un produit (logiciels et autres) ...
- Créer un engagement de la part des visiteurs sur les médias sociaux, comment faire participer la communauté en ligne ?
- Aborder le sujet des jeux-concours & mise en avant des promotions
- Former les membres de l'équipe à optimiser leur profil LinkedIn et à utiliser Twitter
- Entretenir la relation avec les clients sur les médias sociaux
- Créer des médias visuellement attractifs et dans le respect de la charte graphique de l'entreprise
- Comprendre le vocabulaire marketing propre aux médias sociaux : KPI, ROI, ROA etc
- Aborder le thème du Marketing d'Influence & le comprendre

PROGRAMME

JOUR 1 :

Élaborer une stratégie digitale pour les réseaux sociaux

- Rappels des principes des réseaux sociaux

> Fonctionnalités des médias sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn et Twitter

Les usages des différents médias sociaux & choisir les médias qui correspondent à nos activités

Définir la communauté ciblée

o Création ou optimisation d'une page entreprise & Paramétrages

- Personnalisation de la page entreprise (image de profil, image de couverture, description...) o Techniques pour dynamiser la visibilité de sa page, gérer sa communauté et administrer
- Identifier les impacts de l'e-réputation sur la marque
- Passer de l'e-réputation au e-lobbying
- Définir une méthodologie et une stratégie :
- Identifier ses cibles et ses différents usages sur les réseaux sociaux
- Identifier les leviers possibles
- > Les outils indispensables à l'établissement de votre stratégie social media
- o Outil de planification : Présentation, usages et bonnes pratiques
- o Outil de création de contenu visuel
- o Créer l'engagement de la communauté sur les médias sociaux
- o Aborder le thème des jeux-concours & mise en avant des promotions

○ **Ateliers / exercices :**

- Répondre aux quizz sur chaque réseau social
- Définir quels réseaux sociaux utiliser et pourquoi
- Faire une analyse de la réputation en ligne de sa marque / son entreprise

Créer et animer une communauté sur les réseaux sociaux

- Disposer de son profil sur les réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn et Twitter (employé d'une entreprise, en recherche d'emploi)
 - Créer optimiser son profil sur LinkedIn et Twitter : photo, valoriser ses expériences et son expertise en lien avec l'identité de l'acteur et de son entreprise
- Alimenter et faire vivre leur profil ainsi que leur réseau.
 - Travailler sur la mise en relation par contact direct et préparer un rdv grâce aux informations de profil de mes interlocuteurs et de leurs entreprises
 - Utiliser l'outil Hoostuite pour planifier vos publications LinkedIn
 - Comprendre le concept de communauté sur les réseaux sociaux

- Trouver la communauté, la cible adaptée à sa marque et son entreprise ○ Les réseaux sociaux et le marketing communautaire
- Animer et fidéliser sa communauté sur les réseaux sociaux
- Culture des médias sociaux, savoir choisir les médias sociaux & communiquer efficacement (utilisation d'exemples et de cas concrets)
- Comment faire une veille efficace sur Internet ? ○ Présentation des outils digitaux (Hootsuite, Google Search Console, Google Analytics etc.) ○ Présentation rapide de Canva pour faire des visuels attrayants et adaptés aux médias sociaux ○ Pratique opérationnelle : créer une publication à diffuser auprès de son réseau, suivre les statistiques de son activité

Acquérir les compétences pour animer sa communauté sur les médias sociaux maîtriser tous les

- Paramètres de LinkedIn, identifier les contacts pertinents, engager la conversation, entretenir la relation commerciale, rédiger un article Pulse, rejoindre un groupe LinkedIn et partager du contenu...
 - Utilisation de Twitter : paramétrage du profil, maîtriser les fonctionnalités de Twitter
 - Pratique opérationnelle, publier un tweet efficace, maîtriser les contenus spécifiques de Twitter, envoyer un message privé etc.
- Déterminer une homogénéité de communication de votre équipe en rapport avec l'image de votre entreprise (respecter la charte graphique, certains mots clés etc.)
- Créer, alimenter et faire vivre un groupe LinkedIn qui partage l'actualité de l'entreprise
- **Ateliers / exercices :**
- Identifier une persona / une cible selon le marché ciblé
- Créer une publication efficace pour chacun des médias sociaux au préalablement sélectionnés (texte + image ou vidéo).
- Concevoir un calendrier éditorial selon le domaine de l'entreprise.
- Choisir quelques réseaux sociaux sur lesquels poster et expliquer son choix.

JOUR 2 :

Créer et optimiser ses contenus

- Créer des contenus et des visuels pertinents (photos et vidéos)
- Publier régulièrement du contenu de qualité (comment faire, comment être inspiré)
- Maîtriser le fond : savoir raconter une histoire (storytelling de la marque / entreprise)

- Les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications (hashtag, mots clés, techniques de rédaction)
- Communiquer Facebook (campagne Facebook Ads), Instagram, LinkedIn
- Créer des visuels (CANVA)
- **Ateliers / exercices :**
- Trouver 5 idées de shooting / photo ou vidéo pour mettre en avant les produits / services de la marque / l'entreprise
- Trouver 5 idées de publications à venir
- Peaufiner le calendrier éditorial
- Rédiger 2 publications pour un réseau social en particulier (selon la thématique professionnelle)
- Quiz sur les campagnes ADS Facebook LinkedIn & Instagram
- Créer 5 visuels sur CANVA (4 images, 1 vidéo) sur des thématiques bien spécifiques, en rapport avec le calendrier éditorial au préalable créé lors des exercices précédents

Évaluer ses performances et le suivi de sa communauté

- Les principaux indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI) utilisés
- Distinguer Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA)
- Les outils de statistiques pour Facebook, LinkedIn et Instagram
- **Ateliers / exercices :**
- Quiz sur les KPI
- Expliquer en 3 points ce qu'est le ROI et comment peut-il servir dans une stratégie social media
- Expliquer en 3 points ce qu'est le ROA et comment peut-il servir dans une stratégie social media
- Vérifier ses statistiques Facebook, LinkedIn & Instagram et les interpréter

METHODES & MOYENS PEDAGOGIQUES

- > Les participants réalisent des travaux pratiques correspondant à des cas concrets avec l'aide du formateur si besoin
- > Favoriser les échanges entre participants afin de garantir une grande compréhension du contenu ; l'animateur apporte des réponses personnalisées à chacun
- > Les participants disposeront d'un support de formation envoyé par e-mail afin de s'y référer souvent si besoin

MODES D'ÉVALUATION

Mises en situation relatives aux sujets abordés pendant la formation.

Discussion poussée avec les participants afin de s'assurer qu'ils ont bien saisi les méthodes évoquées.

Chaque participant effectuera une série de plusieurs exercices en rapport avec les méthodes citées lors de la formation. Une évaluation personnalisée par le formateur est disponible sur demande.

Prérequis :

Les participants sont dotés d'un ordinateur portable équipé de la Wifi.

Durée : 2 jours

Public : En individuel ou en collectif de 3 à 5 personnes maximum.

Toutes personnes ayant la responsabilité d'établir une stratégie Sociale Media et de gérer la réputation d'une entreprise/organisation sur Internet

Lieu : Alpes-Maritimes (06) & Var (83) ou déplacement dans toute la France | Possibilité en ligne (visio Google MEET)

Intervenant : Mme CANO Vanessa

Sanctions : Certificat de réalisation individuel remis à l'issue de la formation.

Modalité d'accès : Nos locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous nous déplaçons dans les locaux de l'entreprise / du particulier.

Documents remis lors de la formation : Certificat de réalisation – certification à l'issue de la formation

Remise (optionnelle) du contenu de la formation par email (support formation)