

Formation « Réseaux sociaux professionnels »

« Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux »

1. Objectifs de la formation :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable :

- D'utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise,
- De mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives, afin de créer un contenu optimal permettant de croître la visibilité de l'entreprise accessible à tous,
- D'élaborer un plan social media en créant sa ligne éditoriale, à partir de différents thématiques de publications afin de répondre à la demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés,
- De créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux,
- D'optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficace sa communication sur les réseaux sociaux,
- D'animer le compte social professionnel à travers de la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise,
- De créer une campagne sponsorisée en définissant son objectif, l'audience visée et le message à transmettre afin d'améliorer le résultat de la campagne.

2. Résultats attendus :

Cette formation vous délivrera une attestation de fin de formation

3. Le programme de la formation :

1- LA DEFINITION DE LA STRATEGIE DIGITALE POUR UNE BONNE UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX

- Comprendre le marketing digital avec un schéma
- Le digital funnel marketing
- Créer sa stratégie social média
- Créer sa stratégie de marketing digital
- Modèle de plan d'action Marketing
- Modèle de mapping parcours client
- Mapper le parcours client pour mieux comprendre ses utilisateurs
- Cas pratique - réalisez votre propre stratégie de marketing digital

2- DÉCOUVRIR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN MODE PROFESSIONNEL

- Introduction et chiffres clés
- La place des réseaux sociaux dans le digital marketing funnel
- La théorie des 5 poignées de main
- Le social selling : vendre avec les réseaux sociaux
- Baromètre social selling
- Tendances social média Hubspot 2022
- Focus : LinkedIn, le réseau social B2B de référence
- Automatiser ses actions sur LinkedIn avec Walaaxy
- Focus : Instagram et les vidéos verticales (reels) avec Capcut
- Utiliser Canva et créer du contenu pour les réseaux sociaux
- Appréhendez la Meta Business et programmez vos contenus pour gagner du temps
- Découvrir les fonctionnalités de la Meta Business Suite
- Réalisez vos premières publicités avec Meta Ads
- Influenceurs et partenariats de marque
- Mesurez vos performances sur les réseaux sociaux
- Modèle de tableau de reporting gratuit
- Étude de cas : CRRSP
- Étude de cas : The North Face Clermont-ferrand

- Étude de cas : pâtisserie Flochon à Lyon
- Étude de cas : friperie L'Affinerie à Clermont-ferrand

3- RÉDIGER DU CONTENU OPTIMISE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Créer sa stratégie éditoriale pour développer une marque forte
- Modèle de stratégie éditoriale
- Le copywriting : écrire pour convaincre et pour vendre
- Copywriting - Présentation
- Le guide du copywriting - Livre
- Web et réseaux sociaux : les contenus rédactionnels à connaître
- Contenus rédactionnels - Présentation
- Organiser sa production et sa diffusion de contenu avec un planning éditorial
- Votre modèle de planning éditorial offert
- Certification gratuite Hubspot

4- ANIMER ET MODÉRER LES ECHANGES QUOTIDIENS SUR LES RESEAUX SOCIAUX- LES MISSIONS QUOTIDIENNES DE LA PERSONNE EN CHARGE DES RESEAUX SOCIAUX » :

- Veille et gestion de la e-réputation
- Modérer et animer une page
- Automatiser la messagerie
- Google My Business
- Stories FB et Instagram
- X (ex-Twitter)

5- LE CANAL EMAIL POUR ALLER PLUS LOIN

- L'email : pilier du e-commerce et du webmarketing
- Rapport Radicati emails
- Les différents types d'emails et les KPIs associés
- KPIs emails par secteur
- Organiser sa diffusion d'emails, découvrir le cold mailing
- Découvrir MailerLite : un outil simple et gratuit pour envoyer vos emails
- RGPD : le cadre légal européen en matière de protection des données

4. Prérequis :

- Un minimum de connaissance du Web
- Aisance en informatique en général.
- Disposer d'un ordinateur

5. Moyens pédagogiques et techniques d'encadrement :

Un consultant pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.
Parcours présentiel

6. Durée de la formation :

- 10h présentiel

7 - MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS A LA FORMATION

Processus d'inscription à l'action de formation via un entretien téléphonique et/ou Visio pour validation des pré-requis

Délai légal de rétractation de 14 jours si distanciel et de 10 jours si présentiel

Formation accessible toute l'année selon disponibilité du formateur et de l'apprenant

8 - ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Référent pédagogique : contact : Tally GOZLAN 0629470845

Acces Handicapé :

Contacter l'organisme 0629470845

9 - Tarif 2200€ pour 21H

Tarif 3000€ pour 30H

10 - Référent pédagogique : contact : Tally GOZLAN 0629470845

11 - - Alternance théorie/pratique : Chaque module intègre des exercices concrets.

- Cas pratiques : Études de cas d'entreprises réelles.

- Mises en situation : Travail sur les comptes sociaux des participants.

12 - Modalités d'évaluation

Les modalités d'évaluation sont notifiées :

- Test positionnement

- Test Milieu de parcours

- Projets de création

- QCM Final 40 questions

V3-24-25