

L'ESSENTIEL DES RÉSEAUX SOCIAUX, USAGE PROFESSIONNEL

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

Compétences visées

Intégrer l'usage des réseaux sociaux dans la sphère professionnelle.

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet de découvrir l'univers du Web social, de comprendre le fonctionnement et de prendre en main les principaux réseaux sociaux Facebook et Twitter et déterminer les indicateurs clés et mesurer la performance.

Population visée

Toute personne souhaitant acquérir ou approfondir sa réflexion sur l'utilisation du canal Internet dans une stratégie de développement sur Facebook et Twitter.

Pré-requis

Être utilisateur d'Internet.

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des médias sociaux.

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

Contenu

Zoom sur Facebook

- Définir les fonctionnalités clés de Facebook
- L'EdgeRank (algorithme de Facebook) et ses implications
- Déterminer les KPIs Facebook
- La publicité sur Facebook
- Optimiser une présence sur Facebook (bonnes et mauvaises publications, rythmes de publication, horaires...)

Zoom sur Instagram

- Comprendre les usages sur Instagram
- Créer une présence professionnelle : les profils Business
- Définir sa ligne éditoriale
- Définir les objectifs et les indicateurs de suivi et de mesure
- Accroître le nombre de ses abonnés

Zoom sur X

- Comprendre X et ses usages personnels et professionnels
- Un ou plusieurs comptes ?
- X, outil d'écoute
- X, outil de publication
- X, outil d'échange

Zoom sur LinkedIn

- Explorer toutes les fonctionnalités organiques en B2B
- Découvrir les outils marketing LinkedIn
- Tester une campagne ciblée de publicité sur LinkedIn
- Optimiser le compte professionnel et développer les Personal branding

Optimiser son contenu pour les réseaux sociaux

- Mettre en place un calendrier éditorial
- Quel contenu pour quelle réseau social ?
- Définir ses objectifs de présence : nombre de fans et taux d'engagement
- Texte, photo, vidéos, live, infographie...les stratégies de contenus gagnants
- Explorer la piste de l'influence marketing

Indicateurs clés et mesure de performance : ROI

- Identifier les bons KPIs sur les RS
- Atelier de découverte des outils internes et externes de statistique (Facebook Insights, X Analytics...)