

OPTIMISER VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET GÉRER DES CAMPAGNES

3 jours (21 heures en présentiel ou 21 heures à distance en classe virtuelle)

Compétences visées

Les participants seront capables d'optimiser leur présence sur les réseaux sociaux, de concevoir et gérer des campagnes publicitaires ciblées, et d'analyser le ROI pour améliorer continuellement leur stratégie digitale. Ils acquerront aussi des compétences pour administrer efficacement une page Facebook et développer leur popularité sur Twitter, Instagram, et d'autres plateformes clés.

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet de mettre en place une stratégie Social Media Optimization, d'identifier le fonctionnement et les enjeux du Social Ads (Facebook et Instagram), de développer une présence sur Instagram et de créer et de gérer des campagnes via LinkedIn Ads.

Population visée

Tout personne souhaitant optimiser sa présence sur les réseaux sociaux.

Pré-requis

Une connaissance de base des règles médias.

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 nouvelles tendances médias.

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

Définir le SMO : Social Media Optimization

- Lister les points clés de l'évolution du Web
- Identifier les médias sociaux et leurs rôles
- Définir le Social Media Optimization
- Identifier le principe de l'Inbound Marketing

Concevoir et mettre en place sa stratégie SMO

- Identifier vos cibles et vos objectifs de présence digitales
- Gérer ses comptes professionnels sur les réseaux sociaux
- Créer et animer sa communauté
- Ecouter et créer du contenu
- Optimiser et planifier votre stratégie

Mesurer le ROI de votre stratégie SMO

- Définir la valeur des visites et des objectifs
- Suivre et optimiser ses transformations
- Arbitrer les budgets d'actions marketing
- Calculer le ROI

Atelier pratique

- Mise en situation pour concevoir une stratégie SMO

Social Ads : Définir la publicité Digitale

- Identifier les enjeux du PAID Media
- Lister les formats de publicité online
- Identifier les produits publicitaires accessibles pour chaque support
- Définir sa stratégie sur les réseaux sociaux : cibles, objectifs

Social Ads : optimiser sa présence avec les publicités sur les réseaux sociaux

- Définir la publicité sur Facebook : Facebook ads
- Identifier les méthodes, les formats et les impacts de la publicité sur Facebook
- Définir la publicité sur Twitter
- Identifier les méthodes, les formats et les impacts de la publicité sur Twitter
- Concevoir et réaliser des publicités sur Facebook et Twitter
- Définir la publicité sur Instagram et comment l'utiliser

Mesurer le ROI de votre stratégie Social Ads

- Définir la valeur des visites et des objectifs
- Suivre et optimiser ses transformations
- Arbitrer les budgets d'actions marketing
- Calculer le ROI

Atelier pratique

- Mise en situation pour concevoir une stratégie Social Ads sur Facebook et Twitter

Usages de Facebook aujourd'hui

- Panorama des réseaux sociaux
- Evolution des usages et chiffres clés en France aujourd'hui

Atelier : créer une Page Facebook d'entreprise

- Définir une catégorie
- Mettre en page les éléments graphiques
- Envisager la visibilité de sa page

OPTIMISER VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET GÉRER DES CAMPAGNES

- Ajouter une application
- Déterminer l'environnement légal

Administrer la page Facebook

- Découverte de la plateforme d'administration
- Définir et ajouter des administrateurs
- Activer les paramètres de ciblage

Utiliser au quotidien une Page Facebook

- Publier sur Facebook : statut, photo(s), vidéo(s), liens...
- Fonctionnalités avancées de publication : programmation, ciblage, géolocalisation
- Modifier une publication
- Mise en avant de publication (publicité Facebook)
- Modération

Comprendre Facebook Insights, le module de statistiques de Facebook

- Identifier les KPIs
- Comprendre les tableaux de bord
- Ajouter des pages à surveiller.
- Exporter les statistiques.

Les outils externes à Facebook

- Identifier les outils d'administration et publication
- Utiliser les outils de veille et analyse

Définir sa stratégie pour sa présence 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

Développer et animer une communauté sur Instagram

- Accroître le nombre de ses abonnés
- Organiser un concours et/ou InstaMeet
- Optimiser ses visuels pour développer l'engagement de ses fans
- Programmer ses publications
- Créer un contenu de qualité : localisation, gifs, questions, emoji sondages, musique...
- Promouvoir ses contenus via la publicité
- Comment utiliser efficacement Instagram Shopping et IGTV ?
- Créer une stratégie pour la diffusion de vos Stories Instagram

Pourquoi utiliser X en tant que professionnel

- Les usages professionnels de ce réseau social
- La mise en place d'une stratégie de veille et de prise de parole
- La définition d'un plan d'action

Utiliser X pour informer et communiquer

- Mesurer l'intérêt d'utiliser Twitter
- Personnaliser son compte Twitter : définir son identité visuelle.
- Connaître le jargon de Twitter.
- Les outils de suivi : HootSuite, Tweetdeck

Tweeter et retweeter

- Humaniser sa stratégie de communication sur Twitter
- Rédiger un tweet percutant et accrocheur
- Créer des liens et identifier ses pages grâce aux URL
- Ajouter et lier des informations à un groupe de tweets : hashtags
- Réagir aux citations, répondre aux questions des tweets
- Gérer ses abonnements : listes
- Live tweeter
- Faire buzzer ses tweets

OPTIMISER VOTRE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET GÉRER DES CAMPAGNES

- Appliquer des règles déontologiques

Comment utiliser X pour promouvoir votre activité

- Les règles d'or pour animer et échanger avec votre communauté
- La mise en place d'une campagne publicitaire pour promouvoir votre activité
- Les différents outils pour analyser vos statistiques

Développer sa popularité sur X

- Développer son réseau
- Mesurer l'importance du référencement avec Twitter
- Mesurer la valeur de son réseau Twitter

N'oubliez pas les autres Réseaux sociaux

- Créer une chaîne Youtube et savoir bien la référencer et l'animer
- Découvrez le potentiel de Pinterest source d'inspiration incroyable
- Que se passe-t-il sur Snapchat : filtres, DM, stories...
- Comprendre le phénomène TikTok et ses #challenges !

Expérimenter l'influence marketing

- Qui sont les vrais leaders d'opinion aujourd'hui ?
- De la nano à la top influence, comment bien choisir ses "collabs"
- Quels sont les outils et les bonnes pratiques de l'influence marketing

Workshops

- Création d'un planning éditorial plurimedia
- Création d'un post performant pour les Réseaux sociaux
- Création d'une campagne publicitaire sur les Réseaux sociaux (Facebook/Insta ou LinkedIn)