

Programme de Formation

Maîtriser les réseaux sociaux – initiation

Public cible

Ce module de formation s'adresse à des dirigeants d'entreprise et à toutes les fonctions de l'entreprise souhaitant communiquer sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn) à des fins professionnelles, de marketing et de vente de produits/services.

Prérequis et niveau d'expérience

Aucun prérequis n'est nécessaire.

Objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux et fondamentaux des réseaux sociaux inscrits dans la stratégie de communication digitale.
- Maîtriser les fonctionnalités de bases.
- Apprendre à créer, gérer, animer efficacement les réseaux sociaux afin de développer la visibilité, l'engagement et la notoriété d'une entreprise/organisation.
- Définir les différentes stratégies et les outils spécifiques aux réseaux sociaux
- Optimiser et professionnaliser la gestion de l'animation et la performance des actions de communication digitale via les réseaux sociaux.
- Créer de supports de communication digitale attractifs
- Analyser les performances de la communication réalisée.
- Créer des supports de communication digitale adaptés à ses cibles

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de maîtriser les principes fondamentaux des réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn ainsi que leurs fonctionnalités de bases.

Créer des supports et designs attractifs afin de promouvoir ses prestations.

Méthodologie pédagogique

- Livret de formation.
- Exposé magistral.
- Ateliers pratiques.
- Exercices de mise en situation.
- Débriefings collectifs.

Modalités d'évaluation et suivi

- Feedbacks après simulations et mises en situations.
- Quiz fin de formation.

Feedback des participants

Un formulaire de satisfaction sera distribué en fin de formation aux participants dans une démarche d'amélioration continue.

Ressources pédagogiques

- Diaporamas.
- Accès compte Canva pro
- Vidéos.
- Kit de formation distribué à chaque participant.

Matériel nécessaire

- Rétroprojecteur.
- Paper board.
- Ordinateurs des participants.

Informations pratiques

Durée de la formation : 21 heures.

Dates : à définir.

Lieu : à définir.

JOUR 1 : LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION DIGITALE

Introduction et objectifs de la formation

- Présentation des participants
- Objectifs de la formation et attentes des participants

Brainstorming avec les participants

Les principes de base de la communication digitale

- Les différents réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn)
- Les spécificités de chaque réseau pour le développement professionnel
- Comprendre les algorithmes
- Les règles de visibilité des publications
- Bonnes pratiques pour maximiser l'engagement et la portée du contenu

Étude de cas

Création et optimisation de son profil ou page professionnelle

- Création de profil LinkedIn efficace
- Stratégies marque employeur
- Attirer l'attention des prospects et partenaires professionnels

Construire une image de marque professionnelle

- Définir sa marque personnelle : valeurs, compétences et message
- Aligner sa communication sur les réseaux avec sa marque personnelle

Atelier pratique: audit et optimisation des profils des participants

JOUR 2 : LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION DIGITALE

Brainstorming des participants sur le jour 1

Définir sa stratégie de contenu

- Les types de contenus efficaces sur les réseaux sociaux professionnels
- Planification et organisation : le planning éditorial
- La programmation des posts

Les bonnes pratiques pour créer du contenu engageant

- Les meilleurs créneaux de publication selon le réseau social
- L'importance des visuels
- La rédaction de contenu
- Les Hashtags

Atelier pratique: rédaction de posts adaptés à son activité professionnelle

Développer son réseau professionnel

- Le rôle du Community management
- Élargir son réseau adapté à ses cibles professionnelles
- Techniques de recherche et ajout de contacts
- Stratégie d'engagement : liker, commenter, partager
- Le bad buzz

Étude cas: « Les risques du bad buzz »

Le positionnement via les groupes et forums

- Participer et animer des discussions dans des groupes professionnels
- Créer et gérer une page d'entreprise

JOUR 3 : STRATÉGIE DE PUBLICITÉ ET PROMOTION VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

Les outils de promotion : la génération de leads

- Instagram : Création de page professionnelle,
- Instagram : Les stories et posts sponsorisés, les réels
- Facebook: Création de page professionnelle,
- Facebook : Ads et boost posts
- LinkedIn: Création de page professionnelle
- LinkedIn : Sales navigator
- LinkedIn : LinkedIn Events

Atelier pratique: audit et/ou création de pages professionnelles

Analyser les indicateurs de performance de sa communication digitale

- Instagram : Taux d'impressions, engagement, démographie de l'audience, performances stories et réels
- Facebook Insights et suivi des abonnés
- LinkedIn Analytics : Engagement, suivi des visiteurs, portée organique, payante
- Hootsuite

La création de supports impactants digitaux : Canva

- Introduction de l'outil Canva
- Présentation de l'outil et découverte de l'interface
- Les bases du design
- Explorer les modèles
- Adaptation des supports à l'image de marque

Atelier pratique: création et dimensionnement de supports commerciaux via Canva

Quizz évaluation connaissances final