

PROGRAMME DE FORMATION

Community Management – Réseaux Sociaux

DURÉE : 2 jours | 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Chargés de communication, community managers, entrepreneurs et responsables marketing.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux cohérente avec ses objectifs.
 - Produire et organiser des contenus adaptés aux principaux réseaux sociaux.
 - Analyser les performances de ses actions social media pour ajuster sa stratégie.
-

PRÉREQUIS

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.



Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en community management : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires.

Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - Définition et fonctionnement des réseaux privés et réseaux professionnels

- Définir ce qu'est un réseau social : les réseaux sociaux dans le monde.
- Réseaux privés et réseaux professionnels : quels réseaux pour quelle entreprise.
- Élaborer une stratégie de communication.

03 - Définir ses objectifs et connaître la concurrence

- Définir ses objectifs : définir ses cibles.
- Choisir les bons réseaux.
- Connaître la concurrence : savoir adapter son contenu à sa cible.
- Créer son calendrier éditorial.

04 - Facebook Pro

- Facebook Pro : différence entre profil et page.
- Créer une page, en faire les réglages.
- La messagerie automatique : les différents types de publications.

05 - Le Facebook Ads et la Boutique Facebook

- Le Facebook Ads : la programmation.
- Relier Instagram à Facebook.
- La Boutique Facebook : analyser sa stratégie.
- Instagram Pro.

06 - Valider les acquis et clôturer la formation

- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

- Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.
- Évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.
- Auto-positionnement avant et après la formation.