

Savoir utiliser les réseaux sociaux pour développer sa clientèle

2 jours (14 heures)

Délai maximum : 2 mois.

Parcours concourant au développement des compétences. Action de formation réalisée en application des articles L 6313-1 et L 6313-2 du Code du travail.

Si vous êtes en situation de handicap, contactez-nous avant le début de votre formation pour que nous puissions vous orienter efficacement et vous accueillir dans les meilleures conditions.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur la visibilité et le référencement naturel
- Déterminer sa cible et ses attentes
- Déterminer ses objectifs de communication
- Choisir les réseaux sociaux pertinents en fonction de sa cible et de son objectif de communication
- Rédiger des publications adaptées et pertinentes pour sa cible
- Suivre une méthodologie pour les réseaux sociaux
- Utiliser des outils pratiques pour faciliter l'utilisation des réseaux sociaux au quotidien (outil de programmation, plateforme de création d'image, outils de veille...)
- Paramétrer sa page Facebook, son compte Instagram et son compte LinkedIn
- Maîtriser les fonctionnalités pratiques pour utiliser au quotidien Facebook, Instagram et LinkedIn
- Savoir publier du contenu sur Facebook, Instagram et LinkedIn
- Savoir analyser les statistiques de ces réseaux sociaux
- Apprendre à utiliser un média-planning
- Rédiger ses posts de manière impactante
- Créer ses visuels réseaux sociaux
- Créer des templates réutilisables sur Canva
- Programmer ses publications



Pré-requis

- Savoir utiliser internet
- Avoir créé et paramétré ses comptes/pages réseaux sociaux



Modalités pédagogiques

Modalités de formation:

- Formation réalisée en présentiel, à distance ou mixte,
- Toutes nos formations peuvent être organisées dans nos locaux ou sur site
- Feuille de présence signée en demi-journée, questionnaires d'évaluation de la satisfaction en fin de stage et 60 jours après, attestation de stage et certificat de réalisation.
- Horaires de la formation: 9h - 12h30 et 13h30 - 17h.
- Les horaires de la formation sont adaptables sur demande.



Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine,
 - Mise à disposition d'un ordinateur, d'un support de cours remis à chaque participant,
 - Vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard,
 - Formation basée sur une alternance d'apports théoriques et de mises en pratique
 - Formation à distance à l'aide du logiciel Teams pour assurer les interactions avec le formateur et les autres stagiaires, accès aux supports et aux évaluations. Assistance pédagogique afin de permettre à l'apprenant de s'approprier son parcours.
- Assistance technique pour la prise en main des équipements et la résolution des problèmes de connexion ou d'accès.
- Méthodes pédagogiques : méthode expositive 50%, méthode active 50%.

Contacts



Notre centre à **Mérignac**

14 rue Euler
33700 MERIGNAC

☎ 05 57 92 22 00

✉ contact@afib.fr



Notre centre à **Périgueux**

371 Boulevard des Saveurs,
24660 COULOUNIEIX CHAMIERES

☎ 05 64 31 02 15

✉ contact@afib.fr

Savoir utiliser les réseaux sociaux pour développer sa clientèle



Public visé

- Chefs d'entreprise
- Créateurs d'entreprise
- Responsables communication
- Community Manager

Modalités d'évaluation et de suivi

- Evaluation des acquis tout au long de la formation : QCM, mises en situation, TP, évaluations orales...



Programme de formation

Les stagiaires seront formés à la rédaction de contenus réseaux sociaux, et la création de visuels. Ils auront ainsi toutes les clés pour communiquer sur les réseaux sociaux de manière efficace, avec une bonne méthode d'organisation, et devenir autonome.

Réseaux sociaux abordés : Facebook, Instagram & LinkedIn

JOUR 1 - Première partie : la stratégie réseaux sociaux

- Introduction au marketing digital et au référencement naturel
- Découverte des différents réseaux sociaux à disposition des professionnels
- Redéfinition de la stratégie de communication digitale (cible, message, valeurs, objectifs...)
- Veille concurrentielle : analyse de la stratégie réseaux sociaux de ses concurrents
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à sa stratégie de communication digitale
- Validation des catégories de publication
- Découverte des outils pratiques pour l'organisation et l'utilisation au quotidien des réseaux sociaux
- Récapitulatif des formats à connaître pour vos visuels

JOUR 1 - Deuxième partie : Optimisation de ses réseaux sociaux

- Création des pages et comptes professionnels Facebook, Instagram et LinkedIn (si inexistantes)
- Paramétrage et optimisation des pages et comptes Facebook, Instagram et LinkedIn
- Découverte et prise en main des plateformes
- Présentation des principales fonctionnalités proposées pour l'utilisation au quotidien et l'animation de Facebook, Instagram et LinkedIn
- Présentation de la Meta Business Suite Facebook
- Suivre et analyser ses statistiques
- Exercices et cas pratiques
- To-do list pour mettre en application les apprentissages de la formation

JOUR 2 - Première partie : stratégie et calendrier de contenus

- Validation des catégories de contenus
- Validation du modèle de média-planning
- Intégration des catégories de contenus dans le média-planning
- Intégration des temps forts dans le média planning (journées mondiales, dates clés et événements...)
- Création et paramétrages du compte Canva
- Création de templates graphiques réutilisables sur Canva

JOUR 2 - Deuxième partie : création de contenus

- Découverte des bonnes pratiques rédactionnelles
- Rédaction de publications réseaux sociaux
- Création des visuels
- Validation et sélection des plateformes de programmation
- Programmation des publications réalisées