



### OBJECTIF(S)

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Comprendre et surveiller les composantes de l'e-réputation
- S'approprier les principes clés de l'animation d'une communauté
- Définir sa stratégie de présence

### DUREE

14 heures - 2 jours  
(9h00-12h30/13h30-17h00)

### TARIF NET DE TVA

Présentiel  
artisans TNS :  
nous consulter  
autres publics :  
490 €

### EFFECTIF

**Présentiel :**  
Min 5 – Max 10 personnes

### PROGRAMME

#### Comprendre les spécificités des réseaux sociaux

- o Comprendre les particularités et fonctionnalités des différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest, LinkedIn, ...).
- o Comparer les comportements spécifiques aux différents médias sociaux
- o Définir son audience selon les médias (B2B, B2C).
- o Déterminer les formats de publication

#### Définir une stratégie de communication claire et organisée

- o Définir les objectifs de l'entreprise
- o Auto-diagnostic et analyse concurrentielle
- o Analyser le comportement de ses cibles sur les réseaux sociaux.
- o Identifier son public cible avec les personas
- o Choisir les médias adaptés à ses objectifs et à ses moyens.
- o Stratégie de contenu : type de contenu, canaux de diffusion, calendrier éditorial

#### Créer du contenu professionnel et engageant

- o Raconter l'histoire de son entreprise avec le storytelling et utiliser le Social selling
- o Connaître les différents contenus Facebook et savoir publier Connaître les fonctionnalités d'Instagram : thèmes / grille / stories / IGTV et savoir publier
- o Comprendre les fonctionnalités de LinkedIn et bien publier sur ce réseau B2B
- o Assurer sa veille avec Twitter
- o Créer des visuels pour ses publications

#### Configurer, mesurer, analyser, et ajuster sa stratégie

- o Découvrir et configurer les outils de gestion incontournables des médias sociaux.
- o Déterminer les indicateurs de performance à analyser et configurer des rapports personnalisés.
- o Créer une veille de marque pour suivre sa réputation
- o Conduire des actions pour augmenter l'engagement, fidéliser et convertir son audience

#### Booster sa visibilité avec la publicité en ligne

- o Pourquoi faire de la publicité en ligne
- o Définir sa cible et son audience
- o Intégrer le pixel Facebook
- o Utiliser la plateforme publicitaire Facebook Business
- o Créer une campagne publicitaire
- o Comprendre les indicateurs de performances et analyser ses résultats

## Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

### LIEU(X) DE FORMATION

CMA PARIS  
72 rue de Reuilly  
75012 PARIS  
[www.cma-paris.fr](http://www.cma-paris.fr)

### CONTACT

Samia TOUNSI  
ou Rosa Gondao  
01 53 33 53 09 ou 01 53 33 53 51  
Formation.75@cma-idf.fr

### PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi souhaitant tirer le meilleur parti des réseaux sociaux

### PRE-REQUIS

avoir une bonne pratique de la bureautique et d'internet

### METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Documents supports de formation projetés.  
Exposés théoriques / Etude de cas concrets  
1 poste informatique par participants Vidéoprojecteur  
Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### ÉVALUATION

Acquis en cours de formation : évaluation effectuée par tests/QCM à partir des compétences visées.

Action de formation : évaluations à chaud et à froid.

### PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine d'enseignement et connaissances de la spécificité de la TPE et de l'artisanat

### SUIVI ET VALIDATION

Attestation de suivi assidu de la formation

Attestation individuelle de fin de formation/de compétences