



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

CONTACT

Samia TOUNSI
01 53 33 53 09
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