**PROGRAMME ¨LES RESEAUX SOCIAUX¨**

**DUREE :** 21 Heures = 3 jours.

**PUBLIC CONCERNE :**

Tout professionnel ou individu devant communiquer sur les réseaux sociaux

**PREREQUIS :** Savoir naviguer sur le WEB, connaître les bases de mises à jour des principaux réseaux sociaux.

**ACCESSIBILITE :**

* Pas de modalité et délai spécifique
* Aménagement possible en fonction du type de handicap (nous prévenir avant le début de la session)

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

* Développer et gérer son business sur les réseaux sociaux.
* Se perfectionner aux réseaux sociaux par la pratique.

**MOYENS PEDAGOGIQUES**

Chaque bénéficiaire recevra une clef USB ou un espace de téléchargement où il pourra retrouver :

* Les supports utilisés sur l’ensemble des modules de l’action de formation
* Un dossier « ressources » dédié.

Support électronique :

* Tutoriels, exercices, bibliographies, etc…
* Accès à notre plateforme Digiforma 24h/24 où se trouvent tous nos contenus
* Accès et utilisation des comptes LinkedIn et Google My Business

**MOYENS D’ENCADREMENT :**

Formatrice : MICHON Laora diplômée d’un Master Ingénieur WebMarketing et d’Affaires IT et disposant d’une expérience professionnelle de 3 ans dans la formation pour adultes.

**LIEU DE FORMATION :** Formation en Inter ou en Intra dans nos locaux

**DISPOSITIF D’EVALUATION DE LA FORMATION** : Évaluation par le formateur

**SANCTION FINALE :**

En fin de formation chaque bénéficiaire remplira :

* Un questionnaire d’auto-évaluation sur les acquis de l’action de formation
* Un questionnaire de satisfaction
* Une attestation de formation

**TARIF / FINANCEMENT SESSION DE FORMATION**

30 euros X 21heures = 630 € HT sur 3 jours (par stagiaire). A partir de 5 stagiaires nous consulter.

Auto financement / Pole emploi et autres prises en charges : nous consulter

**CONTACT :** Référent formateur : Laurent MICHON 07 81 83 11 58 . Mail : lafactory.contact@gmail.com

**PROGRESSION PEDAGOGIQUE - PROGRAMME DETAILLE**

 **Accueil**

* Présentation de l'action de formation
* Présentation du formateur

 **Les Fondamentaux**

* Présentation générale du digital, de l'intérêt de la digitalisation et des réseaux sociaux pour un business en 2021 (chiﬀres et aides de l'état)
* Les caractéristiques et usages des réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Snapchat, Pinterest, YouTube, LinkedIn)

 **Cibler, Etablir sa stratégie**

* Appréhender une méthodologie pour déﬁnir sa stratégie.
* Identiﬁer ses cibles et ses usages : la méthode des personas.
* Identiﬁer ses leviers : une stratégie de sélection.
* Adapter l’organisation de sa communication à l’organisation de son commerce

 **Développer sa stratégie**

* Mettre en place une stratégie de communication multicanale.
* Passer de la communication à la conversation.
* Prendre en compte l’évolution de l’expérience client.
* Savoir engager et répondre au nom de l’entreprise.
* Animer sa communauté.

 **Créer du contenu**

* Les outils du Community Manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production.
* Maîtriser le fond et la forme.
* Savoir raconter une histoire : storytelling
* Diﬀuser des contenus exclusifs et adaptés.

 **Comprendre les enjeux d’Instagram pour la communication professionnelle.**

* Découvrir le potentiel d’Instagram et les impacts pour sa communication.
* Appréhender les applications professionnelles et les objectifs de cet outil.
* Connaître les principales fonctionnalités, les codes et les usages d’Instagram.
* Comprendre l’impact de l’algorithme sur la visibilité de ses post.

 **Définir sa stratégie de communication sur Instagram**

* Préciser ses objectifs et ses cibles
* Déﬁnir une ligne éditoriale adaptée à sa cible.

 **Développer sa communauté et sa visibilité**

* Utiliser toutes les fonctionnalités d’Instagram (stories, posts, IGTV, REEL, Boutique)
* Créer un compte professionnel et personnaliser sa présentation.
* Améliorer l’impact de ses publications.
* Savoir faire un usage eﬃcace des Stories.
* Optimiser son organisation avec la programmation de ses publications.
* Connaître les règles d’or et les bons usages d’Instagram.

 **Optimiser ses contenus**

* Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
* Savoir gérer l’impact des algorithmes avec le Social Advertising.
* Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces.
* Valoriser et ﬁdéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.

 **Booster sa créativité et son engagement**

* Lutter contre la baisse du Reach avec les contenus sponsorisés.
* Maîtriser le Live Vidéo et les Stories.
* Créer des événements augmentés.
* Créer une animation, un jeu ou un concours sur un ou plusieurs réseaux sociaux.
* Identiﬁer et mobiliser les blogueurs et inﬂuenceurs.

 **Aller plus loin dans l’animation de sa communauté**

* Revoir ses règles de modération et améliorer sa politique de réponses aux questions et critiques.
* Promouvoir l’image de son entreprise grâce aux questions et interactions.
* Connaître et appliquer les bonnes tactiques pour augmenter l’engagement.

 **Promouvoir et booster vos contenus**

* Connaître les diﬀérents formats publicitaires proposés : photo, vidéo, carrousel, diaporama...
* Sélectionner le format publicitaire selon son objectif spéciﬁque : publicités à formulaire,
* Publicités dynamiques...
* Déterminer les emplacements de diﬀusion sur les réseaux et au-delà : PC, mobile, ﬁls d’actualités, audience network ...
* Créer et organiser une campagne : paramétrages, ciblage, formats, emplacements, budget...
* Mesurer les performances : tracking des liens, indicateurs.

 **Créer un jeu concours sur Instagram et Facebook**

* Déﬁnir une animation en fonction d’un objectif : recruter, ﬁdéliser, engager...
* Connaître les diﬀérents types d’animations.
* Respecter les réglementations applicables aux jeux concours et les règles propres à Facebook.
* Créer et suivre un concours avec une application tierce : objectif, règlement, format, déploiement...
* Promouvoir son concours pour augmenter l’audience.

 **Définir les indicateurs de performance**

* Déterminer les éléments clés pour une stratégie sociale media eﬃcace.
* Redéﬁnir sa ligne éditoriale et la valeur ajoutée proposée.
* Déﬁnir ou optimiser ses KPI.

 **Evaluer ses performances**

* Connaître les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
* Distinguer Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA).
* Les outils de statistiques

 **Bilan**

* Questions/réponses
* QCM évaluation des connaissances Questionnaire de satisfaction
* Remise attestations de formation