

OBJECTIF(S)

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

- Identifier les outils pertinents pour son activité
- Définir sa stratégie réseaux à des fins commerciales et marketing
- Mettre en place un profil et ouvrir une page professionnelle.

DUREE

2 jours – 14 heures
09h00–12h30 / 13h30–17h00

TARIF NET DE TVA

Tarif tous publics : 490 €

Artisans TNS :
Nous consulter

EFFECTIF

Présentiel
Min 5 – Max 12 personnes

Distanciel
Min 5 – Max 8 personnes

LIEU DE FORMATION

CMA IDF ESSONNE
29 allée Jean Rostand
91000 Evry-Courcouronnes

27 rue Louis Moreau
91150 Étampes

CONTACT

Service Formation
01 69 47 54 34 / 58 92
formation.91@cma-idf.fr
www.cma-essonne.fr

PROGRAMME

Comprendre les spécificités des réseaux sociaux

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

Définir une stratégie de communication claire et organisée

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

Créer du contenu professionnel et engageant

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

Configurer, mesurer, analyser, et ajuster sa stratégie

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

Booster sa visibilité avec la publicité en ligne

- Comprendre l'intérêt de la publicité en ligne et définir sa cible
- Intégrer le pixel Facebook
- Utiliser la plateforme publicitaire Facebook Business
- Créer une campagne publicitaire
- Comprendre les indicateurs de performances et analyser ses résultats.

PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi.

PRE-REQUIS

Être initié à l'informatique et à Internet

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques.
Un poste informatique mis à disposition par participant.

ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation

PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine

SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation
Questionnaire de satisfaction.