

CONNAISSANCE ET ANIMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

DURÉE : 3 jours – 21 heures

DATE : Dates d'entrées et de sorties permantes

DÉLAIS D'ACCÈS À LA FORMATION : 15 jours

MODALITÉS D'ACCÈS À LA FORMATION : Entretien individuel pour valider l'éligibilité du candidat.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :

- Réussir ses premiers pas dans la fonction de community manager
- Structurer un publication et animer une communauté
- Elaborer une stratégie de communication sur les médias sociaux
- Créer du lien entre vos clients et l'entreprise
- Mettre en avant le savoir-être et le savoir-faire du personnel
- Gérer votre e-réputation sur les réseaux
- Analyser les insights / indicateurs pertinents et cibler le public visé

OBJECTIFS ÉVALUABLES DÉFINIS À L'ISSUE DE L'ANALYSE DE VOS BESOINS :

PUBLICS : Tout public

PRÉREQUIS : Aucun

MÉTHODES MOBILISÉES : Séance de formation en salle, dossier remis aux stagiaires via plateforme Google Drive.

PROFIL DES INTERVENANTS : Formation assurée par Céline PETIT, infographiste, webmaster avec 17 années d'expérience en création graphique, création site internet et marketing digital.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

JOUR 1

Partie 1 : Définir et comprendre les enjeux des réseaux sociaux

- Être capable d'animer vos réseaux sociaux : créer sa page, générer des avis et mentions j'aime,
- Comment structurer et développer un contenu impactant : vocabulaire, objectifs, mesure les résultats d'une publication
- Savoir créer des publications et des visuels adaptés.
- Comment créer un réseau interne d'ambassadeurs de votre marque
- Savoir Organiser et mettre en place un dispositif (personnel pour animer, poster, management de la communauté, veille).

JOUR 2

Partie 2 : Définir et mettre en oeuvre une stratégie sur les réseaux

- Être capable de définir une stratégie (messages, cible visée, ton employé en fonction de sa cible)
- Savoir mettre en place un programme et un retro-planning des publications
- Veiller à la e-réputation sur les réseaux sociaux : L'impact des avis et le traitement des avis clients négatifs.
- Anticiper et gérer une crise sur Internet.
- Être capable de définir et d'identifier vos influenceurs (clients, employés, métiers connexes).
- Analyser les résultats de vos actions.

JOUR 3

Partie 3 : Mise en place d'un cahier des charges et d'un rétro-planning

- Savoir mettre en place un cahier des charges
- Comment Mettre en place un programme (événements, publications ciblée, mise en valeur d'un savoir-faire, d'un employé, campagne publicitaires)
- Être en mesure de définir vos cibles et atteindre vos objectifs stratégiques (ciblage comportemental)
- Animer votre pages : notion d'engagement, les meilleures heures pour publier.
- Comment monter une campagne publicitaire : créer une publicité, cibler son public, cibler ses objectifs, mesurer les résultats d'une campagne.

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

- L'évaluation est faite tout au long de la formation abordant chacun des points d'avancement du projet.
- Questionnaire journalier sous forme de quizz.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

NOMBRE DE PARTICIPANTS : De 1 à 8

TARIF : Devis suite à l'entretien individuel.

LIEU : Au sein de votre entreprise ou salle de formation conforme au cahier des charges

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de stage

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES : en cas de situation de handicap, contactez-nous pour connaître l'accessibilité à la formation en fonction de nos partenaires

CONTACT : Céline Petit 06.25.79.83.78 ou contact@imaginup-formation.fr