



# Réseaux sociaux

## INFOS PRATIQUES

-  Lieu : **En intra au sein de votre structure ou visioconférence**
-  Durée : **3 jours soit 21h**
-  Tarif : **Sur devis**
-  Disponibilités : **A définir conjointement**
-  Délais d'accès : **Présentiel**  
**Inscription 1 mois avant le démarrage de la formation**
-  Prérequis : **Maîtrise du français parlé**
-  Public concerné : **Ouvert à tout public**
-  Nombre de participants : **1 à 8 par session**
-  Accessibilité : **Pour les PMR, vous pouvez nous contacter au 06 98 65 20 06**
-  Formateur : **Un spécialiste en Communication**
-  Référent pédagogique :  
**Guillaume MUSZKA, directeur pédagogique**  
**Le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation**

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Evaluation individuelle du profil, des attentes et des besoins du participant avant le démarrage de la formation
- Evaluation des connaissances et des compétences à chaque étape de la formation par des exercices pratiques
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

## OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement de Facebook, Instagram et LinkedIn
- Appréhender et maîtriser la communication d'entreprise et la publicité payante sur ces réseaux
- Créer du contenu qui se partage
- Développer une stratégie et animer ses communautés

## MÉTHODOLOGIE

- Évaluation des besoins et du profil du participant
- Apport de modules théoriques et méthodologiques avec expérimentation individuelle ou collective
- Programmes adaptés en fonction des besoins
- Mise en situation dans un cadre sécuritaire pour s'assurer des notions acquises
- Mises en situations diverses, analyse de pratiques, réflexion individuelle et/ou en sous-groupe, partages entre pairs, exercices
- Retours d'expériences

# Contenu pédagogique



## 1<sup>ère</sup> demi-journée



### 1. Comprendre les enjeux et la problématique

- Définition des réseaux sociaux
- Jargon et historique
- Quelques chiffres



### 2. Utiliser Facebook : Quel intérêt pour une entreprise ?

- Présentation de Facebook
- Compte personnel
- Profil : paramétrage, confidentialité
- Animation d'une page Facebook d'entreprise



### 3. Atelier : Création de votre page Facebook d'entreprise

- Page entreprise : paramètres, administrateur, personnalisation
- Règles Avantages de la fan page
- Publications (outils)
- Recrutement naturel



### 4. Définir les informations de son mur

- Les thématiques à aborder
- Références et témoignages clients
- La récupération d'informations existantes
- Les ponts à établir entre le site d'entreprise et la page Facebook
- Erreurs à ne pas faire

## 2<sup>ème</sup> demi-journée



### 5. Faire de la publicité Facebook

- Définition de campagne publicitaire
- Types de publicité
- Organisation d'une publicité auprès de public avec centre d'intérêt
- Définition de l'enchère
- Présentation de Facebook Ads
- Paramétrage et ciblage
- Facebook Retargeting sur Facebook
- Organisation d'une publicité auprès des amis de ses fans
- Consultation des résultats

## 3<sup>ème</sup> demi-journée



### 6. Créer et animer son compte Instagram de manière efficace

- Création du compte et conversion en profil professionnel
- Optimiser son compte Instagram
- Créer et publier du contenu Instagram pertinent en fonction de son secteur d'activité
- Gérer les commentaires négatifs
- Les différentes techniques pour gagner des abonnés



### 7. Mettre en place des campagnes publicitaires sur Instagram

- Présentation des différents objectifs publicitaires à disposition
- Bien définir ses critères de ciblage & la dépense de son budget
- Produire des visuels attractifs et respectant les contraintes imposées par Instagram
- Analyser et comprendre les performances de ses campagnes publicitaires



### 8. Mettre en place des jeux-concours sur son compte

- Les meilleurs outils pour mettre en place votre jeu
- Les mécaniques les plus fréquentes et efficaces
- Créer pas à pas son jeu-concours
- Mesurer ses performances



### 9. Travailler avec les influenceurs

- Identifier et sélectionner les bons influenceurs
- Savoir comment contacter les influenceurs
- Savoir comment & combien payer les influenceurs
- Exemples de campagnes courantes avec les influenceurs
- Mesurer les performances de ses opérations influenceurs

# Contenu pédagogique



## 4ème demi-journée



### 10. Mesurer les performances de ses actions sur Instagram

- Présentation des statistiques Instagram
- Mise en avant des KPIs
- Tirer les enseignements des données démographiques



### 11. Introduction à LinkedIn

- Pourquoi utiliser LinkedIn ? (Les différents usages de la plateforme)
- Bien choisir son réseau social professionnel
- Appréhender LinkedIn en 5 chiffres clés
- Interface et fonctionnalités de la plateforme

## 5ème demi-journée



### 12. Développer son personal branding avec LinkedIn

- Les paramètres et options de confidentialité sur LinkedIn
- Profil LinkedIn : les fondamentaux
- Quelle(s) identité(s) mettre en avant et comment ?
- Optimisez votre profil LinkedIn
- Créer un profil LinkedIn à fort impact : les options pour vous démarquer
- Développez votre réseau professionnel
- Stratégie de présence active sur LinkedIn au quotidien
- Les codes du réseautage professionnel sur les réseaux sociaux
- Les algorithmes de contenus sur les réseaux sociaux
- Optimiser ses posts pour l'algorithme LinkedIn

## 6ème demi-journée



### 13. Social Selling : prospecter et vendre grâce à LinkedIn

- Le Social Selling, qu'est-ce que ce c'est ?
- Trouver les bons prospects avec la recherche avancée
- Les outils CRM de l'offre Sales Navigator Entreprise
- Définir une stratégie de contenu social selling : buyer persona & insights clients
- Développer la génération de leads et les conversions
- Conformité RGPD sur les réseaux sociaux
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie de social selling



### 14. La publicité sur LinkedIn

- Comprendre le fonctionnement des social ads
- Paramétrer une campagne de génération de lead sur LinkedIn
- Les bonnes pratiques pour des campagnes social ads efficaces
- Adapter son approche publicitaire à ses objectifs
- Mesurer les conversions avec les tags LinkedIn
- Observez et analysez les publicités de vos concurrents