









PROGRAMME DE FORMATION PROFESSIONNELLE

RESEAUX SOCIAUX

COMMUNITY MANAGEMENT

 PUBLIC VISE	Toute personne souhaitant apprendre à utiliser les réseaux sociaux dans le cadre de communication professionnelle											
 PREREQUIS	Connaissances des outils informatiques et Internet											
 DUREE	3 jours											
 OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Comprendre les enjeux des réseaux sociaux <input checked="" type="checkbox"/> Définir sa stratégie <input checked="" type="checkbox"/> Identifier vos concurrents et leurs pratiques <input checked="" type="checkbox"/> Apprendre les bonnes pratiques <input checked="" type="checkbox"/> Mettre en application d'une stratégie évolutive <input checked="" type="checkbox"/> Mesurer les bénéfices de ses opérations 											
 MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES	Exposés théoriques, études de cas, mise en application par des exercices pratiques,											
 MOYENS TECHNIQUES	Salle de cours meublée et équipée de matériel informatique (affichage, son, reproduction). Accès Internet.											
 EVALUATION DES ACQUIS ET CONTROLE DES CONNAISSANCES	Evaluation continue des connaissances. Tests de compréhension et de progression. Test et rapport de fin de stage.											
 TARIFS	<table border="1"> <thead> <tr> <th><u>Nombre de participants</u></th> <th><u>Tarif / jour / participant</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>750 € HT</td> </tr> <tr> <td>2 – 3</td> <td>450 € HT</td> </tr> <tr> <td>4 – 5</td> <td>350 € HT</td> </tr> <tr> <td>6 – 8</td> <td>250 € HT</td> </tr> </tbody> </table>	<u>Nombre de participants</u>	<u>Tarif / jour / participant</u>	1	750 € HT	2 – 3	450 € HT	4 – 5	350 € HT	6 – 8	250 € HT	
<u>Nombre de participants</u>	<u>Tarif / jour / participant</u>											
1	750 € HT											
2 – 3	450 € HT											
4 – 5	350 € HT											
6 – 8	250 € HT											

CONTENU DE FORMATION**ÉCOSYSTÈME SOCIAL MEDIA**

- Vocabulaire et définitions indispensables :
 - brand content
 - engagement
 - e-réputation
- Panorama des réseaux sociaux :
 - quel réseau ?
 - pour quelle audience ?
 - pour quoi faire ?
- Études de cas : d'Oreo à Bouygues Telecom, création de contenu spontanés et gestion de crise
- Atelier : analyse d'une stratégie Social Media

ZOOM SUR FACEBOOK, TWITTER ET INSTAGRAM

- Atelier de découverte des trois plateformes en détails
- Facebook : publication, modération et optimisation des contenus pour favoriser l'engagement
- Twitter : vocabulaire spécifique, veille et recherche d'influenceurs, utiliser les tendances pour gagner en visibilité
- Instagram : meilleures pratiques, visibilité, recrutement, applications tierces

MESURE ET ACQUISITION PUBLICITAIRE

- Algorithme de Facebook : des performances qui chutent chaque année
- Mesure de la performance sur les réseaux sociaux :
 - quels chiffres ?
 - quels outils de mesure ?
- Bilan statistique : comment corréliser les statistiques à sa stratégie éditoriale ?
- Campagnes publicitaires : découvrir et utiliser les Facebook Ads & Twitter Ads :
 - ciblage
 - budget recommandé
 - formats optimisés pour les performances

STRATÉGIE ET MISE EN PLACE OPÉRATIONNELLE

- Comment construire une bonne stratégie Social Media
 - méthodologie pratique et exemples
- Mettre en œuvre de la stratégie :
 - outils de veille créative
 - planning éditorial
 - programmation des contenus
- Boîte à outils et sites utiles