



FORMATION RESEAUX SOCIAUX, COMMENT SE DEVELOPPER

Objectifs

Promouvoir une activité professionnelle, développer son activité et gérer sa relation client sur les réseaux sociaux.

Public Visé

Personnes en charge de la communication dans l'entreprise

Durée

14.00 Heures en présentiel en présentiel
2 Jours

Pré Requis

Aucun.

Parcours pédagogique

Connaître et choisir les bons médias (Facebook, Twitter, Google business, LinkedIn, ...)

- Panorama rapide des principaux réseaux sociaux, des usages et des utilisateurs
- Fonctionnalités spécifiques à chaque réseau

Définir son positionnement social media et identifier ses opportunités de communication

- Comprendre son marché : concurrents principaux, clients / cibles potentiels, etc.
- Définir son ciblage
- Repérer les opportunités de communication et de différenciation et définir son positionnement sur les réseaux sociaux
- Définir ses mots clés, construire sa ligne éditoriale et son contenu
- Définir ses objectifs de développement (de notoriété, de communauté ...)

Exercice : Identifier les opportunités de communication d'une TPE, en lien avec sa stratégie commerciale et de développement

Créer du contenu pertinent

- L'importance de l'image : créer des visuels et des infographies percutantes
- Identifier les différents types de publications et créer du contenu varié
- La vidéo reine des réseaux sociaux, la story dépasse la publication
- Créer son image de marque entreprise sur les réseaux sociaux et adopter une stratégie de blogging et/ou de storytelling
- Maîtriser le « call to action »
- Rédaction de posts : adapter le message et la forme à la cible

Exercice : Créer un visuel de publication sur Canva et créer un story sur Instagram

Organisation & planification

- Créer un planning de publication
 - Gagner du temps : préparer et programmer ses publications
- Exercice : Programmer une publication sur Hootsuite, réaliser un tableau de publication*

Développer sa communauté et gagner de nouveaux prospects

- Développer et fidéliser sa communauté, créer du lien et renforcer son engagement : faire des publications « call to action » et installer du dialogue, des échanges (groupes, blogs, etc.)
 - Approche directe / prospection : comprendre les bonnes pratiques en fonction du réseau choisi : LinkedIn, Facebook, sites spécialisés, Instagram, twitter ...
 - Sponsoring / publicité : définir un budget de sponsoring, créer une campagne de sponsoring (Facebook, Instagram, LinkedIn premium...)
- Exercice : Sponsoriser un post sur Facebook et répondre à un avis négatif sur Google Business*

Objectifs pédagogiques

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Version : RESSOC-20240223

ASFO GRAND SUD

0 800 64 31 33 (n°gratuit)
contact@groupeafc.com
www.asfo grandsud.com



SIRET : 83420427300017
Code APE : 8559AA
Organisme de formation enregistré sous le
n°76310897031 auprès du Préfet de la Région Occitane.
(Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat)

Connaître l'usage des réseaux sociaux à des fins professionnelles et savoir les utiliser correctement pour gagner en visibilité.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Présentation et analyse théorique
- Exercices d'application ludiques
- Confrontation des expériences des participants et de l'animateur

Qualification Intervenant(e)s

Formateur spécialisé dans le domaine

Méthodes et modalités d'évaluation

QCM, tour de table, observation

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR