

Objectif de la formation :

Maîtriser l'utilisation des réseaux sociaux professionnels pour développer la notoriété de l'entreprise

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Maîtriser les données techniques de l'administration des réseaux ciblés
- Gérer chaque communication en tant que projet
- Communiquer en lien avec la stratégie de l'entreprise
- Valoriser l'offre de produits et services
- Évaluer la performance de leurs publications

Participants :

Sont concernés par cette formation tout futur administrateur de pages de réseaux sociaux de l'entreprise

Prérequis :

Regrouper et apporter en formation identifiants réseaux sociaux existants ainsi que les éléments de l'identité visuelle de la société

Compétences visées :

- Maîtriser les fondamentaux des réseaux ciblés
- Communiquer de façon attractive en alternant la forme et le contenu des messages
- Mobiliser et transmettre une posture commerciale au travers des publications

Formation en présentiel

Méthodes pédagogiques :

Quizz amont de positionnement du stagiaire
Activités découvertes et applicatives développées à partir de cas concrets
Démonstrations basées sur théorie et méthodes
Ateliers sur la création de différentes publications
Quizz aval : bilan des acquis

Ressources pédagogiques : dossier digital partageant supports et documents de la formation

Méthodes d'évaluation :

Évaluations formatives réalisées au fur et à mesure de la progression de la formation
Évaluation sommative des acquis/atteinte des objectifs

Validation : Attestation d'assiduité de formation

Les plus de la formation :

Formation interactive organisée à partir de l'activité, du positionnement de l'entreprise.

Durée : 1 journée de formation de 7 heures

Programme de formation :

1. Définir les enjeux de la communication sur les réseaux sociaux

- Intégrer la notion de communication sur les réseaux en tant que levier de croissance
- Identifier les différents réseaux existants, les cibles visées, les types de publications

2. Choisir les différents réseaux adaptés à sa communication d'entreprise

- S'approprier l'environnement des différents réseaux choisis
- Définir les éléments utiles pour devenir administrateur (profil, page, groupe)
- Lister les différents formats pour diversifier ses publications (image, texte, vidéo, streamer, ...)

3. Développer sa communication professionnelle sur les réseaux en lien avec la stratégie commerciale de l'entreprise

- Décrire les composantes de la stratégie de l'entreprise
- Déterminer les tendances sociétales qui influent la consommation
- Définir la notion d'image de marque et ses trois niveaux associés
- Définir la notion de fidélisation et les techniques qui en découlent

4. S'approprier les outils d'une communication efficace pour optimiser ses publications

- Réfléchir à la finalité et aux moyens utilisés (Méthode CQQCOQP)
- Définir une charte, la décliner sur des supports graphiques
- S'approprier la méthode de création d'un message efficace (méthode AIDA)
- Planifier ses publications
- Diversifier ses contenus selon une approche commerciale (informations secteur d'activité, entreprise, publicité, opération, ...)

5. Évaluer les résultats obtenus

- S'approprier le fonctionnement des outils de statistiques
- Lister les indicateurs utiles à l'évaluation de la performance de la publication
- Définir les éléments permettant de dresser le bilan de la publication (points forts, points faibles, axes d'améliorations)