FORMATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

FORMATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Ref. SA414

Durée :

1 jour

Les participants et leur pré-requis :

Toute personne susceptible d'utiliser les réseaux sociaux.

Notre intervenant :

Formateur spécialisé en communication numérique sur internet et les réseaux sociaux.
Il accompagne plus de 50 entreprises en gérant leurs budgets publicitaires sur les réseaux sociaux

L'organisation :

Lieu : A déterminer Occitanie

Dates : A déterminer

Horaires : 08h30 17h00

Coût par participant :

460 € HT (552 € TTC)

Renseignements et inscriptions :

Sabine ACCO

LES OBJECTIFS :

- **Comprendre l'utilité des réseaux sociaux pour son entreprise**
- **Connaître les différents réseaux sociaux et leur fonctionnement,**
- **Ebaucher les grandes lignes d'une stratégie Social Média, adaptée aux besoins de l'entreprise.**

NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:

Repose sur une alternance de séquences théoriques, illustrées par des exemples concrets et des études de cas.
Apprentissage actif par la pratique avec des exercices personnalisés.
Analyse de la présence sur les réseaux sociaux des concurrents directs.
Remise d'un support aide-mémoire.
Evaluation qualitative en fin de formation et remise d'un certificat de stage

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

LE CONTENU DE LA FORMATION :

- **Introduction au web communautaire**

  - Les internautes acteurs
  - Quelques termes à connaitre,
  - Quelques chiffres et perspectives d'évolution.

- **Pourquoi utiliser les médias sociaux ?**

  - A quoi sert un réseau social ?
  - Les risques à ne pas être présent
  - A quoi servent les principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Linkedin, Viadeo, Pinterest, Google+,Tumblr, Periscope, Snapchat, Dailymotion...) ?
  - Quel réseau social pour quelle utilisation ?
  - La place des sites internet et des blogs dans les réseaux sociaux aujourd'hui ?
  - Que veut dire "animer et alimenter un réseau social" ?
  - Comment faire des réseaux sociaux un outil de communication ?
  - Faire des réseaux sociaux un outil commercial ?

- Comment utiliser les réseaux sociaux pour suivre son marché et ses concurrents ?
- Comment utiliser les réseaux sociaux pour recruter ?
- Les différences en fonction des types de cible, particuliers ou professionnels

Des exemples concrets d'utilisations réussies (et ratées...)
Des réseaux sociaux chez les concurrents

Facebook

- Présentation de l'interface
- Publier des informations
- Facebook for Business : ce que font les entreprises avec Facebook
- Les comptes personnels, les pages Fan, les groupes,
- L'animation sur Facebook et la gestion des commentaires,
- L'alimentation manuelle VS l'alimentation automatique,
- La publicité.

Facebook et la publicité

Impact du trafic publicitaire pour une entreprise

- En quoi la publicité est une partie essentielle des réseaux sociaux ?
- Comment planifier un budget pour internet, pour les réseaux sociaux ?
- Quels retours en attendre et comment les évaluer ?
- Analyser des statistiques.

La place des réseaux sociaux professionnels

- Présentation
- Les professionnels pour les professionnels : Linkedin et Videao,
- Comment en tirer profit pour soi, en tant que professionnel, en tant qu'entreprise ?

Twitter : tirez profit de la plateforme

- Qui utilise Twitter ?
- L'animation sur TWITTER,
- Comment être efficace ?

YOUTUBE, la vidéo

- La vidéo sociale ?
- Les mashup, les chaînes
- Comment en tirer parti sans faire ses propres vidéos ?
- Comment en tirer parti avec ses propres vidéos ?
- Les vidéos sur Facebook et leur intérêt par rapport à Youtube

INSTAGRAM, les photos

- Le petit qui a doublé twitter
- Fonctionnement et utilisation,
- Les spécifiés de Pinterest, Snapchat et leur intérêt par rapport à Instagram

Organiser au quotidien l'alimentation et l'animation de sa présence sur les réseaux sociaux

- Comment y retrouver son marché et ses concurrents ?
- Comprendre les stratégies et les moyens des concurrents,
- Elaborer sa propre stratégie de communication : les objectifs possibles pour les cibles particuliers et professionnels,
- Construire et contrôler son e-reputation,
- La veille numérique,
- Les outils qui font gagner du temps.