

Formation Réseaux sociaux Intermediaire : Facebook, Pinterest, Twitter, Youtube pour les initiés

Durée :	5 jours
Public :	Responsable de communication, réseaux sociaux
Pré-requis :	Avoir des notions basiques en réseaux sociaux ainsi que des connaissances de bases en utilisation de l'Internet
Objectifs :	Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux, appréhender et maîtriser les techniques publicitaires de chaque réseau social
Référence :	E-M100664-F
Demandeurs d'emploi :	Contactez-nous pour connaître les remises Pôle Emploi

Facebook

Introduction

Contexte
Présentation du cours

Comprendre les enjeux et la problématique

Définition des réseaux sociaux
Jargon et historique
Quelques chiffres

Utiliser Facebook : Quel intérêt pour une entreprise

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

Atelier 1 : Création de votre page Facebook d'entreprise

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

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
Bonne publication

Erreurs à ne pas faire

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 la publicité sur Facebook: Facebook Ads
Paramétrage et ciblage Facebook
Retargeting sur Facebook
Organisation d'une publicité auprès des amis de ses fans
Consultation des résultats

Pinterest et Instagram

Comprendre Instagram

Création d'un compte sur Instagram
Picture marketing
Comment les marques utilisent aujourd'hui Instagram ?
- Quelles sont les tendances actuelles ?
- Connaître l'algorithme d'Instagram
- Les hashtags

Se repérer et naviguer dans l'application et la version Desktop

Identifier et utiliser toutes les fonctionnalités
Connaître les différents types de publication : photo, vidéo, story, live

Créer une présence professionnelle
Publier selon de bonnes pratiques

Déterminer une ligne éditoriale
Produire des éléments multimédia optimisés
Construire une communauté
- Identifier votre audience
- Déterminer votre contenu
- Choisir un rythme de publication

Accroître le nombre d'abonnés
- Organiser un concours Instagram
- Vendre sur Instagram
- Faire de partenariats avec des influenceurs
- Effectuer une campagne publicitaire
- Analyser les statistiques
Présentation de la publicité
Paramétrage et ciblage

Comprendre Pinterest

Création d'un compte sur Pinterest
Bonnes pratiques
Historique et chiffres
Quelles sont les tendances sur Pinterest ?
Préparer votre site pour Pinterest
Avoir un compte pro Installer Le bouton « enregistrer » de Pinterest sur votre site ou blog
Créer des tableaux
Créer des épingles enrichies

Optimiser la performance de vos tableaux
Pinterest ads
Pinterest analytics

Linkedin

Découvrir LinkedIn

Présentation des réseaux sociaux professionnels
Principes de fonctionnement
Création de fiche individuelle
Importance de certains champs pour la recherche
Paramètres de compte
Gestion de ses contacts

Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels

Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pros
Quelques règles à respecter
Préparer sa prospection
Prospection à proscrire
Techniques de prospection efficaces

Créer sa page entreprise

Présentation des pages entreprises
Création et personnalisation d'une page entreprise
Paramètres et options payantes

Autres outils des réseaux sociaux professionnels

Les groupes de discussion
Les personnes qui ont consulté son profil

Apprendre à faire la publicité de sa page sur les réseaux sociaux professionnels

Présentation de la publicité sur LinkedIn Ads

Youtube

Chiffres clés de la vidéo

Usages de la vidéo sur Internet.
La consommation en France

Créer sa chaîne

Se fixer un objectif : pourquoi créer sa chaîne ?
Apprivoiser l'interface de YouTube
Comprendre les playlists pour classer ses vidéos.
Le sous-titrage et le vignettage
Personnaliser sa chaîne à ses couleurs.

Atelier : paramétrage de votre chaîne

Filmer et mettre en ligne des vidéos

Les clés d'une vidéo réussie.
Scénariser
Qualité d'image
Matériel, logiciels

Les intros
Les formats acceptés par YouTube.
Titrage, description, mots-clés : savoir les optimiser pour un bon SEO.
Choisir un visuel pour sa vidéo.

Atelier : savoir créer un visuel

Faire vivre sa chaîne

Animer la chaîne.
Impliquer vos spectateurs
Gérer, interagir avec les commentaires.

Atelier : faire du streaming

Attirer les abonnés, faire des vues

Intégration dans son site ou blog
Utilisation des réseaux sociaux pour diffuser.
Faire de la publicité Google Adwords Youtube.
Solutions de monétisation

Comprendre les statistiques Youtube Analytics

Twitter et Snapchat

Comprendre Twitter

Création d'un compte sur Twitter
Vocabulaire
Tweet, retweet
Bonnes pratiques, bonne publication
Secteurs d'activités fortement impactés par Twitter
Twitter cards
Présentation de la publicité sur Twitter : Twitter Ads
Paramétrage et ciblage Twitter
Analytics Twitter

Snapchat

Comment utiliser Snapchat : installation, configuration, interface
Comment être présent sur Snapchat
Pourquoi être présent sur Snapchat
Quels messages diffuser
Quelle stratégie adopter sur Snapchat : étapes, points clés, écueils à éviter
Booster sa présence
Générer de l'engagement
Animer une communauté Snapchat
Bonne pratiques
Quelles opportunités
Faire de la publicité sur Snapchat

E-réputation

Bonnes pratiques
Chiffres
Bad Buzz
Gestion de crise
Outils d'analyse