

Formation Réseaux sociaux Intermédiaire : Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram, X, Pinterest pour les initiés

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	2 975,00 € HT (standard) 2 380,00 € HT (remisé)
■ Public :	Responsable de communication, community manager
■ Pré-requis :	Avoir des notions basiques en réseaux sociaux ainsi que des connaissances de bases en utilisation de l'Internet, avoir des comptes sur les différentes plateformes
■ Objectifs :	Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux - Appréhender et maîtriser les techniques publicitaires de chaque réseau social
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	<ul style="list-style-type: none">• Formation synchrone en présentiel et distanciel.• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.• Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	<ul style="list-style-type: none">• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100664-F

■ Note de satisfaction des participants:	4,88 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

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 entreprise

Atelier : Créer une page entreprise

Page entreprise : paramètres, administration, personnalisation

Règles

Avantages de la page entreprise

Publications (outils)

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

Atelier : Manipuler les outils de publicité Facebook

Conclusion

Questions / réponses

LINKEDIN

Découvrir LinkedIn

Présentation des réseaux sociaux professionnels
Fonctionnement et spécificités de LinkedIn
Différences entre le profil, la page et le groupe
Fixer des objectifs de communication sur LinkedIn

Créer une présence professionnelle sur LinkedIn

Comprendre l'importance du profil individuel
Savoir paramétrer et optimiser son profil
Gérer les contacts

Créer et gérer une page entreprise

Présentation des pages entreprises

Connaître l'algorithme principal de LinkedIn

Bien paramétrer une page entreprise

Connaître les bonnes pratiques de publication : ton, fréquence, rédaction

Surveiller ses concurrents

Établir un calendrier éditorial

Savoir mesurer la performance de sa page : décrypter les statistiques

Atelier : créer/paramétrer une page entreprise

Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels

Rechercher des décideurs

Préparer sa prospection

Exploiter la recherche avancée sur LinkedIn

Découvrir d'autres façons de prospecter avec LinkedIn

Découvrir la publicité sur LinkedIn

Enjeux de la publicité

Identifier son objectif publicitaire : 3 niveaux d'objectif

Comprendre les différents types de publicité : boost, pub native, remarketing

Savoir analyser les performances d'une campagne de publicité : statistiques + balise de conversion

Maîtriser les mécanismes de la publicité

Comprendre l'organisation d'une campagne

Travailler le ciblage

Paramétrer un budget adapté aux objectifs

Choisir les bons emplacements

Choisir le bon format de visuel

Créer des audiences de remarketing

Conclusion

Questions/réponses

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 : Paramétrer votre chaîne

Filmer et mettre en ligne des vidéos

Les clés d'une vidéo réussie
Scénariser
Qualité d'image
Matériel, logiciels
Les intros / outros
Les formats acceptés par YouTube
Titrage, description, mots-clés : savoir les optimiser pour un bon SEO
Choisir un visuel pour sa vidéo

Atelier : Mettre en ligne une vidéo

Faire vivre sa chaîne

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

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

Conclusion

INSTAGRAM & PINTEREST

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
Créer un compte pro
Installer le bouton « enregistrer » de Pinterest sur votre site
Créer des tableaux
Créer des épingles enrichies
Optimiser la performance de vos tableaux
Découvrir la publicité sur Pinterest : Pinterest Ads
Pinterest Analytics

Conclusion

Questions / réponses

X (TWITTER) & SNAPCHAT

Comprendre X

Création d'un compte sur X
Vocabulaire
Post, repost
Bonnes pratiques de publication
Secteurs d'activités fortement impactés par X
X Cards
Présentation de la publicité sur X
Paramétrage et ciblage de publicité
Analyse des statistiques

Atelier : Rédiger un post pour X

Snapchat

Comment utiliser Snapchat : installation, configuration, interface
Comment et 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
Faire de la publicité sur Snapchat

E-réputation

Bonnes pratiques
Chiffres
Gestion de crise, bad buzz
Outils d'analyse

Calendrier éditorial

Comprendre l'importance d'un calendrier éditorial
Identifier les objectifs
Définir des thématiques de publication

Conclusion

Questions / réponses