



Stratégie Social Media

Durée :

2 jours (14h) en présentiel ou 4 demi-journées à distance

Pré-requis :

Maîtriser l'outil informatique et la navigation internet

Pré-requis technique :

Avoir un ordinateur portable et un téléphone mobile type smartphone.

Public concerné :

Ce stage s'adresse aux professionnels travaillant dans la communication souhaitant découvrir les enjeux de la stratégie digitale.

Accessibilité :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap - merci de nous informer au moins 14 jours avant le début de la formation, afin de prévoir les aménagements nécessaires (accueil, accessibilité, pédagogie, suivi). Vous pouvez contacter notre référent handicap : pascale@p-co-formationconseil.fr.

Méthode et moyen pédagogiques :

Alternance d'exposés et de cas concrets

Un support de cours sera remis à chaque stagiaire

Une assistance post-formation : masolution@p-co-formationconseil.fr

Titre et qualité du formateur :

Expert en stratégie digitale et en social marketing - Community Manager

Modalités d'évaluation :

- La formation est divisée en modules. Un exercice est proposé à la fin de chaque module. Sa validation permet au formateur de présenter le module suivant. Nous assurons ainsi un contrôle continu des connaissances.
- Une évaluation du niveau préalable + une évaluation des acquis en fin de formation

Validation :

Une attestation de stage sera délivrée à chaque participant

Objectifs professionnels :

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- Appréhender la stratégie digitale
- Utiliser la puissance des plateformes sociales pour communiquer



CONTENU

Objectifs et qualification de la stratégie

- Intégrer sa stratégie de communication dans l'environnement social média
- Animer un post sur Facebook
- Programmer : optimiser, techniques avancées

Notions essentielles sur la communication social media

- Stratégie de contenu
- Stratégie de référencement
- Stratégie tripode

Construction du plan stratégique

- Buts et enjeux
- Stratégie de présence

Construction du planning éditorial

- Qui ? Quand ? Quoi?

Modification et construction éditoriale de Facebook

- Administration de la page
- Construction éditoriale
- Points essentiels dans l'algorithme : viralité et humanisation

Les outils de Facebook

- Programmation
- Creator studio
- Outils externes : Canva

Création d'un business manager : maîtrise des ads

Exploitation des statistiques

Instagram

- Positionnement instagram : le 100% mobile
- Construction du compte et de la stratégie éditoriale d'instagram
 - Création d'une identité visuelle
 - Création d'une identité business
- Les enjeux d'une communication sur instagram
 - Quel contenu
 - Comment communiquer
 - L'interaction au cœur de la stratégie
- Les outils
 - La publication et la notion d'hashtags



- La story
- Le réel
- Utilisation du creator studio et agenda
- Exploitation des données statistiques

LinkedIn

- Se créer une identité et communiquer en tant qu'expert
 - Le rôle d'un profil
 - La construction d'un profil
 - L'expertise
- Création et optimisation d'une page entreprise
 - La page cœur de stratégie de l'entreprise
 - Employee advocacy
 - L'ADN de l'entreprise
 - Le BtoB acte fondateur de LinkedIn
 - Recruter lite : ressources humaines
- Exploitation des données statistiques