



Learning system

Créateur de compétences

Programme de formation – Réseaux Sociaux

Type d'action :

Action de formation

Objectifs :

Learning System met à votre disposition son expertise pédagogiques à travers une offre de formation avec des contenus riches, accessibles et adaptés à tous les stagiaires, désormais grâce à nos formateurs qui vont vous accompagner toute au long de votre formation avec avec méthode, exemple et bonne humeur, les réseaux sociaux n'auront aucun secret pour vous.

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

Comprendre les objectifs possibles sur les réseaux sociaux (promotion, diffusion, animation ou vente)

Mettre en place les bonnes pratiques de paramétrages en fonction de son objectif

Définir une stratégie sur les médias sociaux

Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux

Les objectifs précis seront définis lors d'un entretien préalable à votre formation et noté dans votre contrat de formation

Durée et modalité :

15 heures de contenus en e-learning & heure(s) de visio avec un formateur en fonction du besoin exprimé

Formation distancielle

Public :

Tout public



Learning system

Créateur de compétences

Programme de formation – Réseaux Sociaux

Prérequis :

Aucun prérequis.

Chaque apprenant est évalué en début de formation pour définir :

- les objectifs de la formation : acquérir et consolider de nouvelles compétences
- le programme de la formation
- le rythme de la formation
- les besoins liés à son niveau et ses besoins opérationnels liés à son domaine d'activité.

Une évaluation initiale est formalisée par un document en début de formation par le formateur. Ce document est communiqué au stagiaire et au responsable formation de l'entreprise.

Le formateur s'adapte au besoin et au niveau de l'apprenant grâce à l'évaluation initiale et à la progression de l'apprenant.

Pédagogie, traçabilité et évaluation :

toutes nos formations sont suivies d'évaluations régulières des acquis en cours de la formation à l'ensemble des stagiaires.

Moyens pédagogiques :

Mise à disposition de manuels, supports de cours et matériels nécessaires à l'ensemble des apprenants.

Traçabilité :

La réalisation de l'action de formation est encadrée par une attestation de présence signée du formateur et du stagiaire apprenant ainsi que des relevés de connexions au LMS.

Evaluations :

QCM en cours de formation

Exercices pratiques

Passage de la certification TOSA Desktop (<https://www.tosa.org/FR/certification?brand=desktop>)



Programme :

Le programme présenté est général suivant les thèmes abordés. Chacune de nos formations est personnalisée en fonction de vos besoins.

1. Le Web Marketing 2.0

- L'avènement de l'"UGC" ("User Generated Content")
- Du "cyber'acteur" au "consom'acteur"
- Médias sociaux : un rapport de force inversé
- L'avènement du marketing relationnel
- Les limites propres aux médias sociaux
- Les avantages du marketing viral
- [Brand content](#) vs "Content marketing"
- Quel type de communauté créer ?
- Quelles sont les tactiques d'animation ?
- Médias sociaux et SEO ("Search Engine Optimization")
- Trois outils indispensables pour faire du marketing de contenu
- Snapchat : les particularités du "marketing du graffiti"
- Snapchat : fonctionnalités et astuces avancées
- Médias sociaux : objectif par réseau, KPI et [ROI](#) attendu
- ***Cas pratique : mettre en place une stratégie de contenu et de moyens / définir une stratégie et des tactiques opérationnelles sur les médias sociaux***

2. Facebook

- Facebook en statistiques
- Qui sont les "Facebookers" français ?
- Quelles sont leurs attentes vis-à-vis des marques ?
- Quelle va être ma stratégie sur [Facebook ?](#)
- Quelles sont les tactiques à adopter ?
- Tenir compte de l'EdgeRank dans une stratégie de contenu
- Publications : 10 réflexes à adopter
- Deux outils indispensables à Facebook
- Introduction à la publicité sur les médias sociaux
- ***Cas pratique : définir une stratégie opérationnelle sur Facebook***

3. Instagram et Pinterest

- Quelles sont les particularités du marketing de l'image ?
- En France, qui sont les utilisateurs de ces deux réseaux ?
- Instagram : optimisation d'un profil entreprise



- Deux outils indispensables à Instagram
- Boomerang, Layout et Hyperlapse
- Pinterest : bonnes pratiques en termes de page "entreprise"
- Pinterest : bonnes pratiques en termes de publication
- *Etudes de cas : bonnes pratiques sur Instagram et Pinterest en B2B et B2C*

4. B2B et médias sociaux

- Quels vont être mes objectifs sur les médias B2B ?
- Médias sociaux et e-réputation
- Inbound marketing vs Outbound marketing
- Comprendre les parcours de décision 2.0
- Quels sont les leviers propres au marketing de contenu ?
- Les bonnes pratiques en termes de marketing de contenu
- Quels sont les secrets d'une communication impactante ?
- Médias sociaux et marque employeur
- Marketeur social : quelle feuille de route ?
- Démarches "Give to get" : quelles sont les bonnes pratiques ?
- *Cas pratique : définir une stratégie opérationnelle sur les réseaux B2B*

5. Twitter

- Twitter : comprendre le lexique Twitter
- Twitter en statistiques dans le monde et en France
- Quelles sont les thématiques les plus populaires sur Twitter ?
- Paramètres avancés d'un profil Twitter
- Twitter : objectifs d'image et/ou d'usage ?
- Faire de la relation presse digitale avec Twitter
- Les bonnes pratiques en B2B et en B2C
- Quelle doit être ma stratégie sur Twitter ?
- Quelles sont les tactiques à adopter ?
- Publications : 10 astuces à appliquer systématiquement
- Marketing de la vidéo et Twitter
- Communiquer facilement en utilisant Vine
- Les enjeux et opportunités offerts par le Livestreaming
- Periscope : fonctionnement et astuces avancées
- *Cas pratique : définir une stratégie opérationnelle sur Twitter*

6. LinkedIn

- LinkedIn en statistiques dans le monde et en France
- LinkedIn : c'est du marketing de contenu !
- LinkedIn, c'est aussi du marketing de l'image
- Quelle va être ma stratégie sur LinkedIn ?



Learning system

Créateur de compétences

Programme de formation – Réseaux Sociaux

- Quelles sont les tactiques de prise de contact ?
- Définir un plan d'animation sur LinkedIn
- Créer des communautés sur LinkedIn
- Publier sur LinkedIn Pulse
- Utiliser les outils LinkedIn
- Socialiser votre site web avec LinkedIn
- Études de cas : bonnes pratiques d'entreprises
- LinkedIn : une plate-forme publicitaire réellement efficace
- **Cas pratique : définir une stratégie opérationnelle sur LinkedIn**

7. YouTube

- Paramètres avancés de la chaîne YouTube
- Gestion des vidéos et des "Playlists"
- Mise en page avancée de la chaîne (abonnés – non abonnés)
- Créer une bande-annonce
- Cas pratique : optimisation des vidéos pour le SEO
- Utiliser les fichiers de transcription
- Utiliser les annotations externes
- Tirer partie des fiches "YouTube"
- **Cas pratique : optimiser une chaîne YouTube**

Intervenants :

équipe de formateurs pédagogiques compétent et qualifiés disposant d'une double expériences en formation et en entreprise. Ils sont soit certifiés TOSA ou ENI avec au minimum 12 mois d'expériences professionnelles.

Un suivi interne par notre coordinateur pédagogique est réalisé de manière mensuelle.

Accessibilité :

locaux accessibles aux personnes handicapés

Adaptation des parcours possible après analyse de la compensation

Tarif :

sur devis

Dates :

Entrée-sortie permanente



Learning system

Créateur de compétences

Programme de formation – Réseaux Sociaux

Lieux de formation :

Formation à distance de votre domicile. Le LMS est disponible 24/24 et 7/7. Nos formateurs interviennent en assistance & en visio du lundi au vendredi de 8h à 18h et le samedi de 8h à 12h.

Modalités d'inscription :

Recueil des besoins – Test de positionnement et entretien préalable

Contenu mis à jour le : 14-10-2021