

## Formation Réseaux sociaux Intermédiaire : Facebook

<b>Durée :</b>	1 jours
<b>Public :</b>	Responsables et chargés de communication, chefs de projet web, attachés de presse, responsables marketing, community managers
<b>Pré-requis :</b>	Connaissances basiques de Facebook, connaissances de l'utilisation d'Internet
<b>Objectifs :</b>	Comprendre le fonctionnement de Facebook, appréhender et maîtriser la communication d'entreprise sur le réseau, ainsi que la publicité payante
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	E-M101431-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles

### 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 Facebook

### Atelier : Création d'une page entreprise

Page entreprise : paramètres, administration, personnalisation  
Règles  
Avantages du profil page  
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 centres 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

### **Conclusion**

Questions/réponses