

Formation Réseaux sociaux : Fondamentaux

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	875,00 € HT (standard) 700,00 € HT (remisé)
■ Public :	Assistant Marketing ou communication, Chef de projet, Chef d'entreprise qui débute sur les réseaux sociaux, Community Manager débutant
■ Pré-requis :	Connaissances minimales de Facebook, Instagram et LinkedIn (avoir un compte personnel)
■ Objectifs :	Découvrir les réseaux sociaux - Comprendre les enjeux pour une entreprise - Créer une page Facebook, une page LinkedIn et un compte pro Instagram
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• 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 :	• 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 :	MAR492-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,71 / 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

Introduction et enjeux

Rôle des médias sociaux pour l'entreprise aujourd'hui

Statistiques et tendances : formats courts, authenticité, IA, évolution des algorithmes

Définir une stratégie social media efficace

Méthodes POSTI et AIDA adaptées aux réseaux sociaux

Construction de persona et benchmark concurrentiel

Définition d'objectifs : notoriété, engagement, conversion

Choix des plateformes pertinentes en fonction de la cible

Définition de KPIs et outils de mesure

Atelier : création d'un persona, étude de 2 concurrents max., définition de 3 objectifs SMART

Structurer une ligne éditoriale et calendrier

Élaboration d'une ligne éditoriale différenciante : formats, ton, message

Création d'un calendrier éditorial dynamique

Atelier : Créer un calendrier éditorial

Créer et optimiser des pages/comptes entreprise

Paramétrage avancé : bio, infos de contact, identité visuelle

Différences et usages spécifiques : Facebook, Instagram, LinkedIn

Atelier : Créer/optimiser sa page ou son compte entreprise

Créer des contenus engageants et tendances

Formats courts : reels, stories, Shorts, carrousels

Utilisation de l'IA pour la création de contenus

Atelier : Tester des outils d'IA pour créer du contenu texte à publier

Maîtriser les bonnes pratiques de publication

Rédiger des posts engageants et adaptés à chaque plateforme

Optimisation SEO des posts : mots-clés, descriptions

Planification et automatisation

Surveiller les performances : statistiques

Atelier : Reprendre le texte précédemment créé et l'optimiser SEO

Conclusion et ressources

Outils de veille et d'actualisation

Questions / Réponses