

## Formation Réseaux sociaux Intermédiaire : Facebook, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Twitter, Youtube pour les initiés

<b>Durée :</b>	5 jours
<b>Public :</b>	Responsable de communication, community manager
<b>Pré-requis :</b>	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
<b>Objectifs :</b>	Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux, appréhender et maîtriser les techniques publicitaires de chaque réseau social
<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-M100664-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,88 / 5

### 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  
Principes de fonctionnement  
Création de profil individuel  
Importance de certains champs pour la recherche  
Paramètres de compte  
Gestion de ses contacts

### **Prospecter sur les réseaux sociaux professionnels**

Rechercher des décideurs sur les réseaux sociaux pros  
Quelques règles à respecter  
Préparer sa prospection  
Prospection à proscrire  
Techniques de prospection efficaces

### **Créer sa page entreprise**

Présentation des pages entreprises  
Création et personnalisation d'une page entreprise

Paramètres et options payantes

### **Atelier : Créer une page entreprise LinkedIn**

### **Autres outils des réseaux sociaux professionnels**

Les groupes de discussion

Les personnes qui ont consulté son profil

### **Apprendre à faire la publicité de sa page sur les réseaux sociaux professionnels**

Présentation de la publicité sur LinkedIn Ads

### **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

Titration, 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**

Questions / réponses

## **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

## **TWITTER (X) & SNAPCHAT**

### **Comprendre Twitter (X)**

- Création d'un compte sur Twitter
- Vocabulaire
- Post, repost
- Bonnes pratiques de publication
- Secteurs d'activités fortement impactés par Twitter
- Twitter cards
- Présentation de la publicité sur Twitter : Twitter Ads
- Paramétrage et ciblage Twitter
- Analytics Twitter

### **Atelier : Rédiger un tweet**

### **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
- Bonnes 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