

Formation Réseaux sociaux Intermédiaire : Facebook

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