

Formation Réseaux sociaux Intermédiaire : Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram, X, Pinterest pour les initiés

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	2 975,00 € HT (standard) 2 380,00 € HT (remisé)
■ Public :	Responsable de communication, community manager
■ Pré-requis :	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
■ Objectifs :	Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux, appréhender et maîtriser les techniques publicitaires de chaque réseau social
■ 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 :	MAR100664-F

■ Note de satisfaction des participants:	4,88 / 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

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

Titrage, 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

X (TWITTER) & SNAPCHAT

Comprendre X

Création d'un compte sur X
Vocabulaire
Post, repost
Bonnes pratiques de publication
Secteurs d'activités fortement impactés par X
X Cards
Présentation de la publicité sur X
Paramétrage et ciblage de publicité
Analyse des statistiques

Atelier : Rédiger un post pour X

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