



LES RESEAUX SOCIAUX – Découverte et Modules au choix (1ou 2) Facebook / Instagram / LinkedIn

Niveau1

Objectifs de la formation

- 1) Découvrir les réseaux sociaux, leurs intérêts, leurs cibles, savoir choisir les réseaux qui nous conviennent.
- 2) Diffuser votre contenu sur Facebook et/ou Instagram, Etablir votre stratégie de contenu, Organiser des animations sur votre page personnel ou professionnel, Engager votre communauté ; Traiter les messages et commentaires
- 3) Diffuser votre contenu sur Instagram, Etablir votre stratégie de contenu, Organiser des animations sur votre page personnel ou professionnel, Engager votre communauté ; Traiter les messages et commentaires, Lier la page Facebook au compte Instagram
- 4) Créer son profil LinkedIn, le gérer, le paramétrer, diffuser et rechercher de l'information, valoriser son profil, effectuer une veille, faire du marketing

PUBLIC	Community manager, chargé de communication, chargé de clientèle, responsable service clients, chef de produits, chef d'entreprise, responsable e- commerce, trafic manager, responsable du marketing et de la communication, webmaster..
PRE REQUIS	sans
ORGANISATION	Durée : 2 Jours (14h) Matériel : Un poste par personne
FORMATEUR	Formateur ayant les compétences de développement et application web et disposant d'une expérience d'au moins 2 ans en Formation
PEDAGOGIE	Pré-évaluation des besoins. Apports théoriques et exercices pratiques permettent d'approfondir les connaissances de base. Evaluation de stage à chaud. Evaluation des acquis QCM ou exercice pratique - Attestation de stage. Evaluation de stage à froid.
MODULE SUIVANT	COMMUNITY MANAGER
HANDICAP	Notre centre de formation est engagé dans une politique du handicap, à consulter sur notre site internet à l'adresse suivante https://www.borg-services.com/politique-handicap/

PROGRAMME TYPE

<p>1) Les différents réseaux sociaux Présentation et Leurs atouts Analyser ses comportements actuels de prospection avec les médias sociaux Quels sont mes connaissances, habitudes, freins, et techniques actuels. Pourquoi prospecter sur les réseaux sociaux ? Comprendre leurs intérêts en tant qu'outils incontournables de vente. Choisir un réseau social pour son public cible. Comment le choisir. ? Exercice Cartographie d'habitudes et présentation des objectifs de chaque participant.</p> <p>1 ou 2 modules au choix (sur 2/3/4)</p> <p>2) Présentation de Facebook Les chiffres de Facebook Le vocabulaire de Facebook La page Fan professionnelle Créer sa page Facebook Choix du type de page Paramétrer sa page Facebook Mettre une image de profil et de couverture Communiquer avec sa page Facebook Les publications (posts, photos, vidéos,...) Les interactions Facebook (j'aime, partage, commentaire) Utiliser les fonctionnalités avancées de Facebook Créer un événement Faire connaître sa page Facebook Utilisation des modules sociaux ♣ Bonnes pratiques pour gagner des fans La publicité sur Facebook</p>	<p>L'achat de fans est-il une bonne chose à faire ? Animer sa communauté Facebook Les applications (jeux, quizz, concours,...) Ligne éditoriale ♣ Comprendre sa communauté Valoriser les tops fans</p> <p>3) Présentation Instagram Présentation d'Instagram Liaison avec Facebook L'application mobile Diffusion via Instagram Les dimensions idéales Optimiser la description et intégrer des hashtags Mettre du lien Diffuser depuis un ordinateur</p> <p>4) Présentation Linked In Retour sur l'utilisation du réseau social Compléter et rendre attractif son profil Savoir gérer les paramètres de confidentialité. Réaliser une recherche efficace Optimiser la présentation de son profil en ajoutant des contenus riches. Valoriser ses compétences pour se rendre visible. Adopter les bonnes pratiques à adopter pour sortir du lot : interactions, statut, recommandations. Faire du marketing de contenus sur LinkedIn Réaliser une veille pour linkedin Chercher sur contenu sur linkedin Réaliser une veille d'information, technique et concurrentielle Utiliser les groupes de discussion.</p>
--	---