

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

| | |
|---|--|
| Durée : | 5 jours |
| 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 |
| Sanction : | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis |
| Taux de retour à l'emploi: | Aucune donnée disponible |
| Référence: | E-M100664-F |
| Note de satisfaction des participants: | 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

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

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