

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

■ <b>Durée :</b>	5 jours (35 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	2 975,00 CHF HT (standard) 2 380,00 CHF HT (remisé)
■ <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>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>
■ <b>Modalités d'évaluation :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul>
■ <b>Sanction :</b>	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ <b>Référence :</b>	MAR100664-F

■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	4,88 / 5
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	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**

## **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

Bonne 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