

Réseaux sociaux Facebook et Instagram

Programme de formation

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

8F rue Jeanne Barret 21000 Dijon

Référence : D2.6-02 programme réseaux sociaux

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akyos.com

Services pratiques : Accès handicapé, Arrêt de tram T2 " Giroud" , des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés à 200 mètres de l'organisme de formation.

Objectifs

Gérer un compte Instagram, Facebook de la création à l'administration
Intégrer les principaux KPI de chaque réseau sociaux

Personne concernées

Formateur : **Pôle Marketing**

Stagiaire :

Pré-Requis

Admission sans disposition particulière

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application)

Être connecté à Internet

Matériels

Prévoir pour chaque stagiaire un ordinateur portable si vous en avez un, également cahiers et stylos.

Programme : 7 heures

Introduction : Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux et l'intégrer (1h)

Les réseaux sociaux

- Particularité des réseaux sociaux : communauté et viralité.
- Les différents réseaux sociaux et leur utilisation : Facebook, Instagram.

Les enjeux

- Histoire, nombre d'utilisateurs, fréquence d'utilisation, les différents usages
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie d'acquisition de trafic.

L'importance de la charte éditoriale (1h)

Créer une charte éditoriale

- Quels objectifs ?

- Quelles cibles ?
- Quels types de parution ?
- Quelle fréquence de parution ?
- Planifier les parutions et les programmer

Exercice pratique

- Réflexion sur la charte éditoriale de votre entreprise.

Publicité et performances (1h)

Présentation de la publicité sur les réseaux sociaux

- Les Campagnes Facebook Ads et Instagram Ads
- Évaluer l'efficacité de sa campagne social ads
- Suivi de conversion, audience personnalisée, ciblage d'audience.

Les indicateurs de performances d'une communication digital

- Définir les indicateurs clefs de performance permettant de mesurer l'atteinte des objectifs digitaux
- Quantifier les KPI en fonction des objectifs stratégiques à atteindre
- Définir les segments et canaux pertinents sur lesquels nous allons appliquer nos KPI

Facebook - Les bonnes pratiques de Facebook pour optimiser l'existant (2h)

Optimiser sa page professionnelle:

- Paramétrage de base: compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Création d'accueil visuel adapté aux mobiles et ordinateurs.

Créer un contenu de qualité

- Les différents formats de parutions : texte, image, vidéo, carrousel, questionnaire, jeux concours. Comment les utiliser et comment les sélectionner en fonction du message à délivrer.
- KPI, quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace ? vu, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité

La publicité sur Facebook (et Instagram qui ont la même régie)

Ciblage

- Les différents cibrages de l'audience: démographique, géographique, par affinité.
- La création d'audience personnalisée spécifique selon des centres d'intérêts ciblés.
- Établissement de cibles croisées.

Mise en place des publicités

- Utilisation de Facebook Business (création, partage du compte, formats spécifiques)
- Mesurer l'efficacité de ses parutions payantes (statistiques Facebook, Google et analytics) puis réajuster son audience

Instagram - Les bonnes pratiques d'Instagram pour optimiser l'existant (2h)

Transformer son compte en compte professionnel

- Paramétrage de base: compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Compléter son flux Instagram.

Créer un mur de qualité

- Gérer ses parutions et ses légendes
- Qui suivre ? Qui taguer sur Instagram ?
- KPI, quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace ?
- Vue, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité
- Les outils et applications pour performer sur Instagram

Évaluations

Dispositif de suivi de l'action

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

Dispositif d'évaluation des résultats

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

Quatre formulaires d'évaluation de la formation

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et un mois après à froid. Au courant de l'année un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

Évaluation : QCM en fin de formation.

Prix : 560 € HT / personne

CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTE