



Institut du digital et de l'audiovisuel

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR PROMOUVOIR SON ENTREPRISE

PROGRAMME DE FORMATION

FORMATION CERTIFIÉE ET RECONNUE PAR FRANCE COMPÉTENCES (RS 6083) - ÉLIGIBLE AU CPF
ORGANISME DE FORMATION ENREGISTRÉ SOUS LE NUMÉRO 76-66-02156-66 SIRET 828 857 334 00027
/ CODE APE 8559A
CET ENREGISTREMENT NE VAUT PAS AGRÉMENT DE L'ÉTAT

Durée : 41h (8h de tutorat individuel et 33h en e-learning)

Pré-requis : Professionnels issus de TPE/PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique.

Modalités d'évaluation : Il sera demandé à chaque stagiaire de se soumettre à une évaluation des acquis par le biais de :

- questions/réponses à la fin de chaque chapitre théorique de la formation,
- mises en pratique des acquis théoriques par l'élaboration d'un business plan et d'une étude marché.

Délai d'accès : Les inscriptions doivent être réalisées deux semaines avant le début de la formation.

Prises en charge possibles : Éligible au CPF / par France Travail / par votre OPCO / en fonds propres

Accessibilité aux personnes handicapées : Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Lieu de la formation : En présentiel à Cabestany (4 rue Albert Caquot, 66330) ou sur plateforme e-learning.

Tarif : 2 250€

Moyens pédagogiques : Plateforme e-learning + travaux pratiques + tutorat individuel

Public concerné : Tout public

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE À RÉALISER

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous saurez

- Créer et gérer des comptes professionnels sur les médias sociaux afin de promouvoir l'activité d'une TPE
- Définir une stratégie médias sociaux en lien avec stratégie marketing de la TPE
- Identifier les plateformes en comparant leurs positionnements sur le marché
- Créer et concevoir une page de présentation spécifique à chaque réseaux social identifié
- Elaborer le ton et la ligne éditoriale en lien avec stratégie marketing de la TPE • Animer les pages en publiant du contenu multimédia pour promouvoir les produits et services de la TPE
- Gérer et promouvoir l'e-réputation de la TPE

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les participants seront formés par un professionnel du marketing digital et du social selling.

Nos formateurs sont impliqués dans une démarche de qualité pédagogique. Ils sont attentifs et réactifs aux difficultés éventuelles du stagiaire afin d'assurer le bon déroulement de la formation et l'acquisition des compétences.

CONTENU DE LA FORMATION

DÉFINIR UNE STRATÉGIE SUR SOCIAL MEDIA

- Définir ses objectifs et ses cibles
- Mettre en œuvre sa stratégie de communication
- Prix et mode de fonctionnement

IDENTIFIER LES PLATEFORME QUI CORRESPONDENT À UNE CIBLE DÉTERMINÉE

- Tour d'horizon des principales fonctionnalités des réseaux sociaux
- La visibilité de ses posts, le ciblage de ses prospects

CRÉER ET CONCEVOIR DES PAGES SOCIALES

- Créer un compte professionnel - Passer d'un profil personnel à un profil professionnel
- Rattacher son compte Facebook à son compte Instagram
- Bien rédiger sa biographie, ses posts et identifier les hashtags utiles
- Créer des visuels impactants (via des outils comme Canva)

ELABORER UNE STRATÉGIE ÉDITORIALE

- La stratégie éditoriale : pourquoi publier ? quand publier ?
- Déterminer une ligne éditoriale adaptée à sa cible
- La barrière à la consommation : comment publier ?
- Les différents types de contenu : quoi publier ?
- Atelier pratique : construire un calendrier éditorial

ANIMER LA PAGE DE D'UNE TPE

- Comprendre le fonctionnement des différents algorithmes
- Comment ramener naturellement du trafic sur son site ?
- Gérer la modération (ex : répondre aux commentaires négatifs)
- Maximiser son temps grâce aux outils de programmation
- Augmenter son nombre d'abonnés
- Se démarquer et obtenir un ratio abonnés / visiteurs plus élevé grâce à des publications originales
- Lancer un jeu ou un concours sur les réseaux sociaux

CULTIVER L'E-RÉPUTATION D'UNE TPE

- Trouver les influenceurs les plus pertinents pour son activité
- Travailler avec des influenceurs : risques et bonnes pratiques
- Collaborations et mises en avant
- L'avantage d'Instagram et de son format publicitaire
- Vendre ses produits sur les réseaux sociaux (Instagram Shopping, etc.) • Faire de la publicité ciblée avec les posts et stories sponsorisés
- Utiliser les publicités pour obtenir des conversions à moindre coût
- Choisir ses indicateurs de performance
- Optimiser son budget

EVALUATION DES STAGIAIRES ET DE LA FORMATION

Il sera demandé à chaque stagiaire de se soumettre à une évaluation des acquis par le biais de :

- questions/réponses à la fin de chaque chapitre théorique de la formation,
- mises en pratique des acquis théoriques par des travaux pratiques. Les résultats de l'évaluation seront portés sur l'attestation de formation remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation.

Les participants seront amenés à évaluer leur satisfaction sur l'organisation et les qualités pédagogiques des formateurs.

Evaluation en vue de la certification : Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport et soutenance orale.

CONTACT



idaformation



www.ida-institut.fr



0448070586