

Durée

2 journées soit 14 heures

Objectif(s)

Cette formation s'adresse à ceux qui souhaitent développer leur activité grâce aux réseaux.

Public visé

Toute personne désirant développer ses réseaux sociaux professionnels.

Prérequis

Aucun.

Personne en charge de la relation avec les stagiaires

Référente pédagogique et référente handicap : Françoise LUBOINSKI, 03.44.05.65.15

Moyens techniques et d'encadrement

Pour les formations dans nos locaux : salles de formation mises à disposition des stagiaires isolées du bruit, équipées d'ordinateurs portables, d'un vidéoprojecteur et d'un tableau blanc. Nos locaux sont accessibles pour accueillir les personnes à mobilité réduite.

Si la formation a lieu dans vos locaux, le lieu de formation mis à disposition devra être en adéquation avec la formation

Votre formateur a la maîtrise du logiciel enseigné avec une expérience minimum de 15 ans, il possède un diplôme dans ce domaine et une formation au métier de formateur ou son équivalent.

Méthodes et moyens pédagogiques et d'évaluation des acquis

Séances de formation en présentiel ou en distanciel.

Le programme est adapté et personnalisé, avant chaque session, nos intervenants font un tour de table afin de connaître les besoins des participants et orienter la formation en fonction de leurs attentes et les accompagner pour atteindre leurs objectifs.

Nos formateurs adaptent une pédagogie très progressive en proposant aux stagiaires des exercices pratiques qui leur sont remis et qui portent sur des cas concrets, tous les sujets sont ainsi traités. Ces exercices permettent un contrôle d'évaluation continu, de vérifier l'évolution des apprenants et de mesurer leurs acquis tout au long de la formation.

Des documentations sont remises à chaque participant en fin de session.

Contenu détaillé de la formation

■ Différencier les réseaux sociaux selon vos objectifs

- Pourquoi communiquer sur les réseaux sociaux ?
- Définir les réseaux les plus pertinents selon l'objectif fixé
- Connaître les utilisateurs des réseaux sociaux
- Analyser la stratégie de communication d'une marque sur les différents réseaux
- Définir une stratégie de contenu adaptée

- **Découvrir Facebook**
 - Présentation
 - Profil personnel
 - Création d'une page professionnelle
 - Animer sa page
 - Les différentes publications
 - Paramètre de page
 - Ciblage et promotion

- **Découvrir LinkedIn**
 - Présentation
 - Interface LinkedIn
 - Optimisation du profil
 - Recherche de contacts
 - Utilisation des groupes
 - Page entreprise
 - Offres d'emploi

- **Découvrir Instagram**
 - Présentation
 - Optimisation du profil
 - Hashtag et identification
 - Types de publication (Post, Story, Reel, IGTV..)
 - Créer du contenu de qualité au format Instagram

- **Découvrir Twitter**
 - Présentation
 - Interface Twitter
 - Création du profil
 - Tweets / Retweet
 - Hashtags
 - Followers

- **Les autres réseaux**
 - Youtube
 - TikTok
 - Snapchat
 - Pinterest