



DUREE : 14 heures



PRIX : 1680€



LIEU : Cf. Convention



NOMBRES DE PERSONNES :

1 à 8 personnes



PUBLICS CONCERNES :

Cette formation s'adresse à tout public.



PRE-REQUIS :

Il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur et maîtriser internet.



DELAIS D'ACCES :

Les dates sont à convenir directement avec le centre ou le formateur. Les formations sont disponibles toute l'année en présentiel et/ou distanciel



REFERENCES REGLEMENTAIRE :

-Les conditions générales de vente et le règlement intérieur sont consultable sur notre site internet.

-Articles L.6353-1 du Code du Travail



MODALITES D'ACCES :

L'accès à nos formations peut être initié, soit par un particulier, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier.

Votre CPF est mobilisable pour certaines de nos formations. Les demandeurs d'emploi peuvent aussi avoir accès à nos formations. N'hésitez pas à prendre contact avec nous.



ACCESSIBILITES :

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les stagiaires seront capables de :

- Découvrir les fonctionnalités des réseaux sociaux et leurs algorithmes
- Fédérer et animer en utilisant les réseaux sociaux
- Concevoir une stratégie médias sociaux
- Déterminer une audience sur les réseaux sociaux



MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée aux adultes



MODALITES D'EVALUATION

- Test d'entrée en formation
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation

CONTENU DE LA FORMATION

- ❖ INTRODUCTION
 - Pourquoi faire du Community management ?
 - Les rôles du Community manager
 - Les qualités du Community manager
 - Les outils du Community manager

- ❖ LES FONCTIONNALITES ET USAGES DES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX
 - Facebook : l'incontournable média social
 - Twitter : toucher les influenceurs
 - YouTube : transmettre votre savoir et votre histoire
 - Instagram : se construire une image
 - LinkedIn : générer des leads BtoB
 - Les autres réseaux : Pinterest, TikTok, Snapchat

- ❖ LES ALGORITHMES
 - Qu'est-ce qu'un algorithme ?
 - Pourquoi est-il nécessaire de comprendre les algorithmes ?
 - Facebook & son algorithme
 - Instagram & son algorithme
 - Twitter & son algorithme
 - LinkedIn & son algorithme
 - YouTube & son algorithme
 - Snapchat & son algorithme
 - TikTok & son algorithme

- ❖ CONCEVOIR UNE STRATEGIE MEDIAS SOCIAUX
 - Qu'est-ce qu'une stratégie médias sociaux ?
 - Structurer un diagnostic médias sociaux (SWOT)
 - Les 4 types de stratégie Social Média :
SELLING/NETWORKING/LISTENING/INFLUENCING
 - Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube....
 - Définir ses tableaux de bords
 - Gouvernance et châtre des médias sociaux

- ❖ DETERMINER VOTRE AUDIENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX
 - Qui est ma cible ?
 - Définir des personas
 - Pourquoi définir des personas ?
 - Comment construire un personas
 - Savoir identifier les mauvais personas