

GERE LA COMMUNICATION DIGITALE D'UNE ENTREPRISE VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

CHOISISSEZ DE 3 À 12H DE FORMATION INDIVIDUELLE + ACCÈS À DES COURS EN E-LEARNING

PLANIFIEZ VOS MODULES À L'AVANCE POUR BÉNÉFICIER D'UN COACHING INDIVIDUEL, LE FORMATEUR TRAVAILLERA AVEC VOUS SUR VOTRE PROJET DANS NOS LOCAUX EN RÉGION PARISIENNE OU À DISTANCE

DES VIDÉOS SOUS FORME D'INTERACTIONS, DES EXERCICES EN SITUATION RÉELLE, DES QUIZZ ET QCM AVEC DES RÉPONSES ADAPTÉES À VOTRE PROFIL ET VOTRE ACTIVITÉ

 Formation adaptée & flexible
De 3h à 12h de formation*

 EN PRÉSENTIEL
OU À DISTANCE

 INTRA/INDIVIDUELLE
EN SYNCHRONE

OBJECTIF :

À l'issue de la formation, vous serez capable de gérer les réseaux sociaux d'une entreprise afin de développer la visibilité d'une activité. Vous serez apte à maîtriser et utiliser tous les outils professionnels liés aux différents réseaux sociaux.

PRÉREQUIS :

- ▶ Maîtriser les savoirs de base de l'outil informatique, premier niveau de connaissance sur la navigation web
- ▶ Avoir un projet de communication digitale professionnel déjà mis en place ou non.

CIBLE :

Salarié, demandeur d'emploi, TPE/PME, association, créateur d'entreprise, gérant d'entreprise, indépendant, responsable/direction communication, community manager.

DÉLAIS D'ACCÈS :

La formation étant individuelle, les sessions de formation sont à déterminer ensemble. Nos formations sont disponibles toute l'année en présentielle et à distance.

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES & D'ENCADREMENT :

Cette formation DUO propose :

- ▶ Un accompagnement sous forme de COACHING INDIVIDUEL de 1 à 4 modules de 3h, soit un module de 3h chaque semaine. Lors des modules en individuel, le stagiaire devra se munir d'un PC, d'une tablette ou d'un smartphone.
- ▶ Un accès illimité à notre plateforme qui propose un PARCOURS EN LIGNE ; Le stagiaire pourra se connecter à l'heure souhaitée, visionner les vidéos, réaliser des exercices, les tutos proposés sont complets et permettent au stagiaire une approche pratique sur les réseaux sociaux et un entraînement concret.
 - ASSISTANCE : Le stagiaire aura accès à un chat depuis la plateforme, un formateur pourra répondre en ligne et en direct à toutes questions.

À l'issue de la formation, vous aurez :

- Au moins un réseau social professionnel
- Des créations graphiques prêtes à être diffusées
- Un plan social media de démarrage d'activité

La formation peut se dérouler en présentielle dans nos locaux** à Champs-sur-Marne ou à distance par visio via l'outil TEAMS.

1- INTRODUCTION AU RS

A- UNE PREMIERE APPROCHE DES RESEAUX SOCIAUX [1h]

1- 1) DÉCOUVERTE DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Définition des réseaux sociaux
- Quelques chiffres d'un point de vue global
- La différence entre messagerie et RS
- Le top 10 des RS les plus utilisés en France

1- 2) DÉFINITION ET CONTEXTE D'UNE STRATÉGIE WEBMARKETING

- Définition d'une stratégie marketing
- Comprendre et mettre en place une stratégie webmarketing

1- 3) LES OPPORTUNITÉS DES RÉSEAUX SOCIAUX CHIFFRÉES

- Découvrez tous les indicateurs d'usages et attitudes des internautes chiffrés

B- CHOISIR LE BON RESEAU SOCIAL SELON MON ENTREPRISE [3h30]

1- 4) IDENTIFIER LES BESOINS DE MON ENTREPRISE

- Comprendre ce dont mon business a besoin de mettre en place d'un point de vue digitale

1- 5) STRATÉGIE DU MARCHÉ DE MON ENTREPRISE

- Comprendre les concurrents
- Analyser le secteur d'activité de mon entreprise sur les réseaux sociaux

1- 6) EVALUER ET DÉFINIR UN BUDGET EN FONCTION DE MES OBJECTIFS

- Comment définir le budget de communication
- Savoir évaluer les moyens humains et financiers

1- 7) INTRO FACEBOOK

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 8) INTRO INSTAGRAM

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 9) INTRO LINKED'IN

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 10) INTRO PINTEREST

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 11) INTRO TIKTOK

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 12) INTRO TWITTER

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 13) INTRO YOUTUBE

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 14) INTRO SNAPCHAT

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 15) INTRO WHATSAPP

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 16) INTRO GOOGLE MYBUSINESS

- Définition du RS
- L'objectif principal du RS
- La cible du RS
- Les spécificités du RS
- Lexique du RS

1- 17) DÉTERMINEZ LE BON RÉSEAU SOCIAL – QUIZZ

- Ce quizz vous aidera à déterminer le ou les réseaux sociaux adaptés à votre activité et vos besoins

DURÉE DE LA FORMATION :

De 30h à 39h de formation selon vos objectifs et votre niveau sur les réseaux sociaux. (Questionnaire à remplir au préalable afin de définir le nombre d'heures conseillé)
+ des bonus offerts en e-learning

RÉSULTATS ATTENDUS :

Cette formation vous prépare à la certification «Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux» titre enregistré auprès du répertoire spécifique N°RS6240 par ALLOKOM ; valable jusqu'au 25/01/2026.

MODALITÉS D'EXAMEN :

Quelques semaines après la fin de votre formation, vous recevrez une convocation par mail vous offrant plusieurs options de date pour passer votre examen.

Celui-ci se déroule à distance via une visioconférence, vous disposerez de 30 minutes pour partager votre écran et exposer vos réseaux sociaux, permettant ainsi à un jury de deux personnes d'évaluer vos compétences requises.

ACCÈS À LA FORMATION :

Chez ALLOKOM, nous avons le souhait de rendre nos formations accessibles à tous, en accord avec les principes d'égalité des chances et de non-discrimination. Nous reconnaissons l'importance de permettre à chacun, quel que soit la nature de son handicap, de bénéficier de nos formations en toute sérénité. Si besoin nous vous invitons notre charte d'accessibilité disponible en menu bas de page dans notre site internet.

*La durée de la formation peut être adaptée aux besoins du stagiaires / **Nos locaux, situés au premier étage et dépourvus d'ascenseur, peuvent poser défis d'accessibilités pour les personnes à mobilité réduite ne pouvant pas monter les escaliers.

RÉFÉRENCES RÉGLEMENTAIRES :

Les conditions générales de vente, ainsi que le règlement intérieur sont consultables sur notre site internet www.allokom.fr (menu bas de page)

2- UTILISATION PROFESSIONNELLE DES RESEAUX SOCIAUX

2-A- CREER SON COMPTE – LES PREMIERS PAS [20min]

2- 1) CRÉER SON PROFIL FACEBOOK

Vous n'avez pas encore créé de profil Facebook à votre nom, découvrez comment créer un profil Facebook en 2 minutes !

2- 2) CRÉER SON PROFIL INSTAGRAM

Vous n'avez pas encore créé de profil Instagram à votre nom, découvrez comment créer un profil Facebook en 2 minutes !

2- 3) CRÉER SON PROFIL LINKED'IN

Vous n'avez pas encore créé de profil Linked'In à votre nom, découvrez comment créer un profil Facebook en 2 minutes !

2- 4) CRÉER SON PROFIL PINTEREST

Vous n'avez pas encore créé de profil Pinterest à votre nom, découvrez comment créer un profil Facebook en 2 minutes !

2-B- NAVIGUER SUR LES DIFFÉRENTES SUPPORTS WEBMARKETING [2h]

2- 5) NAVIGATION SUR FACEBOOK

- Vous présentera l'interface du RS dans sa globalité
- Comment se connecter sur PC et smartphone
- Comment fonctionne le fil d'actualité
- Comprendre la structure
- Comprendre le menu

2- 6) NAVIGATION SUR INSTAGRAM

- Vous présentera l'interface du RS dans sa globalité
- Comment se connecter sur PC et smartphone
- Comment fonctionne le fil d'actualité
- Comprendre la structure
- Comprendre le menu

2- 7) NAVIGATION SUR LINKED'IN

- Vous présentera l'interface du RS dans sa globalité
- Comment se connecter sur PC et smartphone
- Comment fonctionne le fil d'actualité
- Comprendre la structure
- Comprendre le menu

2- 8) NAVIGATION SUR GOOGLE MY BUSINESS

- Vous présentera l'interface du RS dans sa globalité
- Comment se connecter sur PC et smartphone
- Comment fonctionne le fil d'actualité
- Comprendre la structure
- Comprendre le menu

2- 9) NAVIGATION SUR PINTEREST

- Vous présentera l'interface du RS dans sa globalité
- Comment se connecter sur PC et smartphone
- Comment fonctionne le fil d'actualité
- Comprendre la structure
- Comprendre le menu

ENTRAINEZ VOUS SUR LES RESEAUX SOCIAUX DE VOTRE CHOIX [1h30]

2- 10) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE FACEBOOK !

2- 11) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE INSTAGRAM !

2- 12) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE LINKED'IN !

2- 13) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE GOOGLE MY BUSINESS !

2- 14) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE INSTAGRAM !

2-C- CREATION DE PAGE/COMPTE PROFESSIONNEL [50min]

2- 15) CRÉER SA PAGE FACEBOOK

- Découvrez comment créer votre page Facebook professionnelle
- NOTA BENE : Il faudra bien avoir un profil personnel avant de créer une page professionnelle

2- 16) CONVERTIR SON COMPTE INSTAGRAM PROFESSIONNEL

- Découvrez comment convertir un compte personnel Instagram en compte professionnel Instagram
- NOTA BENE : Il faudra vous munir d'une adresse mail

2- 17) CRÉER SA PAGE LINKED'IN

- Découvrez comment créer sa page professionnelle Linked'In
- NOTA BENE : Il faudra bien avoir un profil personnel avant de créer une page professionnelle

2- 18) CRÉER SA FICHE GOOGLE MYBUSINESS

- Découvrez comment créer votre fiche Google MyBusiness
- NOTA BENE : Il faudra vous munir d'une adresse mail GMAIL

2- 19) CONVERTIR MON PROFIL EN COMPTE PROFESSIONNEL PINTEREST

- Découvrez comment convertir votre compte personnel Pinterest en compte professionnelle Pinterest



SIÈGE SOCIAL :
128 rue de la Boétie, 75008 Paris
LIEU DE FORMATION** :
7 rue Albert Einstein, 77420 Champs sur Marne

Siret : N°830 544 128 00010

WWW.ALLOKOM.FR

Enregistré sous le numéro
11755752175.

09.82.31.14.70

Cet enregistrement ne vaut
pas agrément de l'Etat.

@ALLOKOM

La certification qualité a été délivrée au
titre de la catégorie d'action suivante :
ACTION DE FORMATION

4,9/5 AVIS CLIENTS ★★★★★

2- UTILISATION PROFESSIONNELLE DES RESEAUX SOCIAUX

2-D- COMPRENDRE SA PAGE / SON COMPTE PROFESSIONNEL [3h]

2- 20) COMPRENDRE MA PAGE FACEBOOK

- Comment aller sur ma page Facebook
- Découvrir l'interface de ma page
- Découvrir les fonctionnalités de la page
- Comprendre mes statistiques

2- 21) COMPRENDRE MON COMPTE PRO INSTAGRAM

- Comment se connecter sur mon compte pro Instagram
- Découvrir l'interface de mon compte
- Découvrir les fonctionnalités sur PC et smartphone
- Comprendre mes statistiques

2- 22) COMPRENDRE MA PAGE LINKED'IN INSTAGRAM + OPTIMISATION DU PROFIL

- Comment aller sur ma page Linked'In
- Découvrir l'interface de ma page
- Découvrir les fonctionnalités de ma page
- Comprendre mes statistiques

2- 23) COMPRENDRE MA FICHE GOOGLE MYBUSINESS

- Comment aller sur ma fiche Google MyBusiness
- Découvrir le menu de ma fiche Google MyBusiness
- Comprendre mes statistiques

2- 24) COMPRENDRE MON COMPTE PINTEREST

- Comment se connecter sur mon compte pro Pinterest
- Découvrir l'interface de mon compte
- Découvrir les fonctionnalités de mon compte professionnel Pinterest
- Comprendre mes statistiques

MAITRISEZ VOTRE PAGE/COMPTE PROFESSIONNEL

2- 25) ENTRAINEZ-VOUS SUR VOTRE PAGE PRO FACEBOOK !

2- 26) ENTRAINEZ-VOUS SUR VOTRE COMPTE PRO INSTAGRAM !

2- 27) ENTRAINEZ-VOUS SUR VOTRE PAGE PRO LINKED'IN !

2- 28) ENTRAINEZ-VOUS SUR VOTRE ESPACE PRO GOOGLE MY BUSINESS !

2- 29) ENTRAINEZ-VOUS SUR VOTRE COMPTE PRO PINTEREST !

2-E- OPTIMISER LE REFERENCEMENT DE MA MARQUE A TRAVERS MON COMPTE PROFESSIONNEL [3h]

2- 30) L'ALGORITHME FACEBOOK

- Comment fonctionne l'algorithme de Facebook
- Comment référencer ma page
- Comment optimiser ma page Facebook

2- 31) L'ALGORITHME INSTAGRAM

- Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram
- Comment référencer mon compte pro
- Comment optimiser mon compte pro

2- 31) L'ALGORITHME INSTAGRAM

- Comment fonctionne l'algorithme d'Instagram
- Comment référencer mon compte pro
- Comment optimiser mon compte pro

2- 32) LINKED'IN POUR LES PRO

- Comment fonctionne l'algorithme de Linked'In
- Comment référencer ma page pro
- Comment optimiser ma page pro

2- 33) GOOGLE MYBUSINESS

- Comment fonctionne l'algorithme de Google
- Comment référencer ma fiche
- Comment optimiser ma fiche

2- 34) PINTEREST POUR LES PRO

- Comment fonctionne l'algorithme de Pinterest
- Comment référencer mon compte pro
- Comment optimiser mon compte pro

OPTIMISEZ LE REFERENCEMENT DE VOTRE PAGE/COMPTE PROFESSIONNEL

2- 35) OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT DE VOTRE PAGE PRO FACEBOOK !

2- 36) OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT DE VOTRE COMPTE PRO INSTAGRAM !

2- 37) OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT DE VOTRE PAGE PRO LINKED'IN !

2- 38) OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT DE VOTRE ESPACE PRO GOOGLE MY BUSINESS !

2- 39) OPTIMISEZ LE RÉFÉRENCIEMENT DE VOTRE COMPTE PRO PINTEREST !

2-F- UTILISER LES BONS OUTILS PROFESSIONNELS POUR GERER CORRECTEMENT SON WEBMARKETING [1h30]

2- 40) L'OUTIL "META BUSINESS SUITE" POUR FACEBOOK & INSTAGRAM

- Connexion et arborescence
- Découverte & Utilisation de l'outil
- Utilisation de toutes les fonctionnalités
- Intérêt de l'outil META BUSINESS SUITE

2- 41) L'OUTIL "PROSPECTIN" POUR PROSPECTER SUR LINKED'IN

- Se connecter sur Prospectin
- Créer une campagne
- Rédiger un message de prospection
- Importer des prospects à une campagne

2- 42) LES 5 ASTUCES OUTILS À UTILISER

- Linktree
- InstaFonts
- Flaticon / Freepik
- Tracker un lien avec BITLY
- QR CODE



3- DIFFUSER DU CONTENU

3-A – LES FORMATS DE DIFFUSION SUR FACEBOOK & INSTAGRAM VIA LA SUITE BUSINESS [1h]

3- 1) CRÉER UNE PUBLICATION VIA LA SUITE BUSINESS

- Découvrez comment créer une publication
- Choisir le placement
- Indiquer un lieu
- Rédiger un wording pertinent
- Ajouter du contenu visuel
- Diffuser ou programmer une publication
- Enregistrer un contenu en brouillon

3- 2) CRÉER UNE STORY VIA LA SUITE BUSINESS

- Définition d'une story
- Comment créer et programmer une story

3- 3) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA LA SUITE BUSINESS

3-B- LES FORMATS DE DIFFUSION SUR FACEBOOK [2h]

3- 4) CRÉER UNE PUBLICATION VIA FACEBOOK (VIA UN PC & SMARTPHONE)

- Définition d'une publication
- Créer une publication via Facebook
- Les conseils à adopter
- Optimisation de la publication

3- 5) CRÉER UNE STORY VIA FACEBOOK (VIA UN PC & SMARTPHONE)

- Définition d'une story
- Créer une story via Facebook
- Les conseils à adopter
- Optimiser une story

3- 6) CRÉER UN RÉEL (VIA SMARTPHONE)

- Définition d'un réel
- Créer un réel
- Les conseils à adopter
- Optimiser un réel

3- 7) FAIRE UN DIRECT (VIA UN PC & SMARTPHONE)

- Définition d'un direct
- Créer un direct
- Les conseils à adopter
- Optimiser un direct

3- 8) CRÉER ET GÉRER SA BOUTIQUE FACEBOOK (VIA UN PC)

- Qu'est-ce que la boutique Facebook
- A quoi sert la boutique Facebook
- Qu'est-ce que la marketplace
- Comment créer une boutique
- Ajouter un produit à ma boutique

3- 9) AJOUTER DES SERVICES À MA PAGE (VIA UN PC)

- Comment ajouter un service à ma page

3- 10) COMMENT RÉPONDRE À UN AVIS (VIA UN PC)

- Où trouver les avis
- Comment répondre à un avis

3- 11) CRÉER UN ÉVÈNEMENT (VIA UN PC)

- Définition d'un événement sur Facebook
- Comment créer un événement
- Les conseils à adopter
- Optimiser un événement

3- 12) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA FACEBOOK

LES ASTUCES POUR DÉVELOPPER MA VISIBILITÉ SUR FACEBOOK :

3- 13) INVITER DES PERSONNES À AIMER MA PAGE

3- 14) INVITER MES AMIS À SUIVRE LA PAGE

3- 15) MENTIONNER UNE PERSONNE

3- 16) PARTAGER DANS UN GROUPE

3-C- LES FORMATS DE DIFFUSION SUR INSTAGRAM [1h30]

3- 17) CRÉER UNE PUBLICATION

- Définition d'une publication
- Créer une publication via Instagram
- Les conseils à adopter
- Optimisation de la publication

3- 18) CRÉER UNE STORY

- Définition d'une story
- Créer une story via Instagram
- Les conseils à adopter
- Optimiser une story

3- 19) CRÉER UN RÉEL

- Définition d'un réel
- Créer un réel via Instagram
- Les conseils à adopter
- Optimiser un réel

3- 20) CRÉER UNE STORY À LA UNE

- Définition d'une story à la une
- Comment créer une story à la une
- Comment ajouter du contenu à une story à la une
- Optimiser sa story à la une

3- 21) CRÉER UN GUIDE

- Définition d'un guide
- Créer un guide via Instagram
- L'intérêt du guide

3- 22) FAIRE UN DIRECT

- Définition d'un direct
- Créer un direct
- Les conseils à adopter
- Optimiser un direct

3- 23) ENVOYER MA PUBLICATION EN STORY

- Quelles sont les règles de repartage de story
- Comment partager ma story

3- 24) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA INSTAGRAM

LES ASTUCES POUR DÉVELOPPER MA VISIBILITÉ :

3- 25) FAIRE DU FOLLOW TO FOLLOW

3- 26) FAIRE DU LIKE TO FOLLOW

3- 27) MENTIONNER UNE PERSONNE

3-D- LES FORMATS DE DIFFUSION SUR LINKED'IN [1h]

3- 28) CRÉER UNE PUBLICATION

- Définition d'une publication
- Créer une publication via Linked'In
- Les conseils à adopter
- Optimisation de la publication

3- 29) CRÉER UN SONDAGE

- Définition d'un sondage
- Créer un sondage
- Option du sondage

3- 30) CRÉER UN ARTICLE

- Définition d'un article
- Créer un article
- Les règles à respecter

3- 31) DIFFUSER UNE OFFRE DE RECRUTEMENT

- Créer une offre de recrutement
- Condition et coût
- Optimiser la diffusion

3- 32) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA LINKED'IN

LES ASTUCES POUR DÉVELOPPER MA VISIBILITÉ :

3- 33) PARTAGER UNE PUBLICATION AVEC MON PROFIL LINKED'IN

- Partager en tant que Membre

3- 34) PARTAGER UNE PUBLICATION DANS UN GROUPE

- Rechercher les groupes, les analyser, les intégrer, partager dedans

3- 35) MENTIONNER DES PERSONNES DANS LES PUBLICATIONS

- Générez de l'interaction en mentionnant

3-E- LES FORMATS DE DIFFUSION SUR GOOGLE

MYBUSINESS [40min]

3- 36) CRÉER UNE OFFRE

3- 37) CRÉER UNE NOUVEAUTÉ

3- 38) CRÉER UN ÉVÈNEMENT

3- 39) AJOUTER UN PRODUIT

3- 40) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA GOOGLE MY BUSINESS

3-F- LES FORMATS DE DIFFUSION SUR PINTEREST [40min]

3- 41) CRÉER UNE PUBLICATION/ÉPINGLE

- Définition d'une épingle
- Condition de diffusion
- Règle à respecter
- Optimiser une diffusion sur Pinterest

3- 42) CRÉER UN TABLEAU / AJOUTER DES ÉPINGLES À UN TABLEAU

- Définition d'un tableau
- Différence entre épingle et tableau
- Optimiser un tableau sur Pinterest

3- 43) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER DU CONTENU VIA PINTEREST

4- IDENTITE VISUELLE

4-A- CREER UNE IDENTITE VISUELLE DE MARQUE [2h]

4- 1) DÉFINITION D'UNE CHARTE GRAPHIQUE

- Définition d'une charte graphique
- L'intérêt d'une charte graphique
- Lien entre charte graphique et identité visuelle
- Que contient une charte graphique

4- 2) COMMENT CRÉER SA CHARTE GRAPHIQUE PROFESSIONNEL

- Comment choisir les bonnes couleurs
- Quel type de police selon l'activité
- Comment définir une identité visuelle selon la cible et l'activité
- Les astuces

4- 3) L'IMPACT D'UNE IDENTITÉ VISUELLE RÉUSSIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Créer une atmosphère visuelle
- Générer du positif autour de ma marque

4- 4) CRÉER MA PROPRE CHARTE GRAPHIQUE

4-B- UTILISER CANVA POUR CRÉER DES CONTENUS [1h30]

4- 5) CHOISIR LES BONNES DIMENSIONS

- Quels sont les formats pour quels RS
- Adapter son visuel au bon format
- Déterminer la bonne taille selon le type de diffusion

4- 6) CRÉER SON LOGO

- Les règles d'un logo
- Les astuces pour un logo réussi

4- 7) CRÉER UNE BANNIÈRE

- Les règles d'une bannière
- Les informations essentielles

4- 8) CRÉER DES TEMPLATES (MODÈLES DE PUBLICATION)

- Un template est un modèle graphique respectant votre identité visuelle, l'objectif étant de réutiliser ce template pour différentes publications afin de gagner du temps sur la création graphique des visuels

4- 9) ENTRAINEZ-VOUS À CRÉER UN VISUEL SUR CANVA

6- CRÉER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

A- CAMPAGNES ADS FACEBOOK & INSTAGRAM [1h30]

6- 1) DÉFINITION D'UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

- Qu'est-ce qu'une campagne publicitaire

6- 2) CRÉER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

- Définir l'objectif de campagne
- Définir une durée
- Définir un budget
- Définir une cible adaptée
- Concevoir un contenu graphique

6- 3) MESURER LES RÉSULTATS DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Diffuser une campagne
- Modifier et maîtriser une campagne
- Analyser les résultats
- Calculer son ROI
- Définir les actions à mettre en place

6- 4) INSTALLER LE PIXEL DE SON SITE SUR LE BUSINESS MANAGER

- Définir un pixel
- Installer le pixel
- Comprendre le pixel

6- 5) CRÉEZ VOTRE PREMIÈRE CAMPAGNE PUBLICITAIRE



5- PLAN SOCIAL MEDIA

5-A – DÉFINIR SON FUTUR PLAN D'ACTION EN FONCTION DE SES OBJECTIFS ET DU MARCHÉ [3h30]

5- 1) ETUDIER LE MARCHÉ AVEC LE POSITIONNEMENT DE SES CONCURRENTS

- Analyser ses concurrents sur la stratégie digitale
- Etudier son positionnement sur le web
- Comprendre son activité sur les réseaux sociaux

5- 2) CRÉER UNE LIGNE ÉDITORIALE POUR METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE WEBMARKETING

- Définition d'une ligne éditoriale
- Quelle stratégie de diffusion à adopter
- Quand publier ?
- Quoi publier ?
- Combien de publication ?
- Le rythme de diffusion

5- 3) LES 30 IDÉES DE PUBLICATIONS

- Différencier le contenu
- Varier ses idées de publication

5- 4) CRÉER UN CONTENU EFFICACE ADAPTÉ À LA CIBLE VISÉE

- Transformer une idée de diffusion en publication

5- 5) CHOISIR LES BONS FORMATS ET LEVIERS DE DIFFUSION ADAPTÉS À L'ENTREPRISE

- Quels sont les différents formats de diffusion
- Quel contenu mettre sur quel levier
- Comment publier en fonction de la cible

5- 6) METTRE EN PLACE DES PARTENARIATS AVEC DES INFLUENCEURS

- Qu'est-ce qu'un influenceur
- Le marché de l'influence
- Objectif d'un partenariat
- Rédaction des messages de prospection

5- 7) CONCEVOIR MON PREMIER PLAN DE COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

5- 8) IDENTIFIER SES OBJECTIFS SMART

7- GÉRER SA COMMUNICATION DIGITALE AU QUOTIDIEN

A- SUIVRE ET ANIMER SES COMPTES SUR LES RESEAUX SOCIAUX [3h]

7- 1) ANALYSER SA VISIBILITÉ ET L'IMPACT DE SA COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Analyse Taux d'engagement
- Comprendre son audience (passive ou active)
- Limite d'une audience
- Le tracking d'un code promo
- Influenceurs / Ambassadeur

7- 2) LES ACTIONS À METTRE EN PLACE POUR AMÉLIORER SA VISIBILITÉ

- Analyser des statistiques

7- 3) ENTRAINEZ-VOUS À COMPRENDRE LES AXES D'AMÉLIORATION

B- CONCEVOIR UNE VEILLE ET GERER MA E-REPUTATION [1h30]

7- 4) GÉRER ET MAÎTRISER SA E-REPUTATION

- Définition d'une e-reputation
- Comment gérer et modérer des avis
- Comment améliorer sa e-reputation
- Obtenir un maximum d'avis positif

7- 5) MISE EN PLACE D'UNE VEILLE

- Définition d'une veille
- Se tenir informé sur les différentes mises à jour des plateformes médias sociaux
- Analyser la concurrence
- Analyser sa cible et l'évolution du marché