

ACTION 2015 DESTINEE AUX ENTREPRISES DU SECTEUR VITICOLE RELEVANT DU CHAMP OPCALIM

FICHE PÉDAGOGIQUE RÉFÉRENCE ACTION

INTITULÉ DE LA FORMATION

**Comment intégrer Facebook et Twitter dans votre stratégie de communication ?
Niveau Perfectionnement**

**VITIAQ15.6-02
AQUITAINE**

> OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Définir une stratégie de communication sur Facebook et Twitter
- Animer une communauté sur Facebook et Twitter
- Savoir effectuer une veille et identifier des influenceurs, des partenaires
- Créer des campagnes publicitaires

> PRE-REQUIS NECESSAIRES A LA FORMATION

- Savoir utiliser un ordinateur et la navigation sur Internet.
- Avoir déjà une 1^{ère} expérience dans l'utilisation de Facebook et Twitter.

> CONTENU ET DÉROULEMENT

Jour 1 :

- Mesurer les enjeux d'une présence sur les réseaux sociaux
 - Pourquoi être présents sur les réseaux sociaux ?
 - Quels sont les risques à ne pas y être ?
 - Combien ça coûte ? Combien ça rapporte ?
- Définir sa stratégie
 - Définir ses objectifs et identifier ses cibles
 - Choisir les réseaux pertinents pour atteindre les cibles identifiées
 - Mettre en place une ligne et un planning éditorial
- Atelier Facebook
 - Optimisation d'une page Facebook (photo, à propos, onglets)
 - Animer une communauté (bonnes et mauvaises pratiques, outils)
 - Intégrer Facebook dans sa communication globale

Jour 2 :

- Atelier Facebook (suite)
 - Créer une campagne publicitaire (budget, ciblage)
 - Analyser les statistiques : suivre les indicateurs de performance
- Atelier Twitter
 - Optimisation d'un compte Twitter (photos, bio)
 - Maîtrise des fonctionnalités Twitter (DM, mention, hashtag, ...)
 - Augmenter le nombre d'abonnés et développer des contacts
 - Elaborer une veille sectorielle ?
 - Créer une campagne publicitaire
 - Suivre les principaux KPI (Indicateurs de performance)

> MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Etude de cas concrets pour favoriser l'interaction et l'échange
- Mise en pratique avec la diffusion de contenu sur leurs réseaux sociaux, la réalisation de campagnes publicitaires
- Remise d'un support papier avec la possibilité de prise de notes et comportant une boîte à outils (récapitulatif des outils présentés)

> DURÉE

Inter : 2 Jours au total

> DATE(S)

12 et 13 octobre 2015
Minimum 4 stagiaires

> ORGANISME DE FORMATION

ANABASE / WEBZAKO
180 rue Judaïque 33000 Bordeaux

> PUBLIC

Cette formation s'adresse aux personnes en charge de la communication au sein de leur entreprise et qui souhaitent utiliser Facebook et Twitter pour :

- valoriser l'image de leurs produits, marques et/ou entreprise sur le web
- optimiser les différentes passerelles de communication qu'offrent ces réseaux.

> CONTEXTE

Les exemples présentés et les cas concrets étudiés seront choisis parmi des entreprises du secteur viticole.

Le formateur gardera bien à l'esprit les spécificités de la filière vin en termes de communication, notamment la réglementation en vigueur (loi Evin).

> MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Evaluation de l'aptitude à définir une stratégie de communication
- Evaluations sous forme de quizz à la fin de chaque partie
- Questionnaire d'évaluation à la fin du stage

> LIEU(X) DE LA FORMATION

Cité Mondiale - 14 parvis des Chartrons - 33000 Bordeaux – Parking, Tram B et C, Bus 4 et 15
Possibilité de prévoir d'autres lieux en Aquitaine en fonction des inscrits -
Si hors Bordeaux les participants seront susceptibles d'amener leur propre ordinateur

> CONTACT OF

Julie ALBENQUE
julie@webzako.fr / 06 88 18 62 09

> NUMÉRO DE DÉCLARATION D'ACTIVITÉ

72 33 09222 33