

Communiquer auprès du grand public via Facebook et Instagram

Une formation pratique pour acquérir une maîtrise des réseaux sociaux « grand public » afin de développer sa notoriété de marque grâce à une pédagogie active et des applications concrètes.

Durée : 7 heures (1 jour)

A qui s'adresse cette formation ?

Profil du stagiaire

- Responsable marketing
- Responsable et chargé(e) communication
- Chef de projet digital
- Consultant, indépendant

Prérequis

- Disposer d'un ordinateur portable ou d'une tablette pour mettre en pratique lors de la formation
- Avoir déjà créé une page Facebook et un compte Instagram

Objectifs pédagogiques

- Construire et animer une communauté sur Facebook
- Développer son image de marque sur Instagram
- Optimiser sa communication grâce à des outils digitaux
- Définir une stratégie de communication sur Facebook et Instagram

Contenu (progression pédagogique)

- Maîtriser Facebook pour un usage professionnel performant
 - Comprendre le fonctionnement de l'algorithme
 - Optimiser sa page professionnelle
 - Étudier la pertinence de l'animation d'un groupe
 - Les bonnes pratiques pour engager sa communauté
 - Créer des campagnes publicitaires pour répondre à ses objectifs de communication (notoriété, recruter des fans, générer du trafic vers son site Internet, ...)
- Maîtriser Instagram pour développer votre notoriété
 - Comprendre le fonctionnement de l'algorithme
 - Les particularités d'un compte professionnel
 - Choisir une ligne éditoriale claire entre les Posts et les Stories
 - Créer de l'engagement en variant le type de contenu : stories, Live, IGTV, ...
 - Créer des campagnes publicitaires pour développer sa visibilité
- Connaître les outils utiles pour mettre en œuvre une communication social media
 - Les outils de veille
 - Les outils de création de contenu (visuels, vidéos)
 - Les outils de diffusion et de programmation des publications

- Définir sa stratégie de communication sur Facebook et Instagram
 - Identifier ses cibles et définir ses objectifs
 - Choisir les réseaux pertinents
 - Définir une ligne éditoriale (contenu, fréquence)

Organisation

Formateur

Julie ALBENQUE - Consultante et formatrice en Stratégie Digitale et Social Media, fondatrice de WEBZAKO, diplômée d'un Master en Communication Digitale et Community Management à l'INSEEC et d'un DESS Technique de décision dans l'entreprise à l'université Panthéon-Sorbonne.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaire d'évaluation de la formation