

Construire et gérer sa présence sur les réseaux sociaux

2 jours - 14 heures

Objectifs

Auditer ses comptes depuis leur création et établir les constats Identifier les besoins et les attentes des internautes Définir sa stratégie de présence, orienter ses choix à partir des ressources disponibles (temps, moyens, compétences) et de la pertinence du réseau

Participants

Tout professionnel souhaitant intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication et de commercialisation.

Prérequis

Être familiarisé avec les réseaux sociaux et déjà administrer des comptes.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Modalités

Cette formation peut se dérouler en présentiel (intra ou interentreprises), à distance (intra ou interentreprises)

Accessibilité

Les personnes reconnues en qualité de travailleur handicapé (RQTH) souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Certification (optionnel)

Formation Certifiante TOSA® - Code CPF 237 359

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assuré par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Modalités de suivi et d'évaluations

Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires

Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage. Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires. Attestation de fin de formation

Programme

L'attente des clientèles

Panorama des réseaux exploitables par type d'activité
Les différentes utilisations des réseaux sociaux
Approche générationnelle des attentes des internautes Adapter son écriture au web

Audit individuel

Audits des comptes
Objectifs et stratégies
Analyse collective et débat sur les usages

Définir ses objectifs

Optimiser sa visibilité sur Internet
Prospection
Fidélisation
Relation client
Renforcement de sa e-réputation

Définition de sa stratégie de présence

Définir les réseaux sociaux « utiles »
Connaître sa cible marketing sur chacun des réseaux
Définir des objectifs clairs et atteignables
Connaître les indicateurs de performance