IFRB Grand-Est
Institut de Formation et de Recherche des Bâtisseurs

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification a été délivrée au titre de la catégorie : Actions de formation

FICHE FORMATION

Réseaux sociaux : fondamentaux - FOAD

Votre contact

Monsieur Virgile CURTIT
03 88 99 31 62

Durée
1 jour
7 heures

Public
Assistant Marketing ou communication, Chef de projet, Chef d'entreprises qui débutent sur les réseaux sociaux, Community Manager débutant

Prérequis
Maîtriser les bases de la navigation sur Internet

Effectif
Minimum : 6 stagiaires
Maximum : 8 stagiaires

Moyens pédagogiques et techniques
La formation est constituée d'apports théoriques et d'exercices pratiques.
Chaque stagiaire dispose d'un poste de travail et la gestion en petit groupe permet un suivi individualisé et adapté. Durant les sessions de formation, un support pédagogique est remis aux stagiaires.

Formateur
Formateur spécialisé

Suivi et évaluation
Des tours de table permettent de suivre la progression du stagiaire au fur et à mesure de la formation. Un suivi de la formation est réalisé par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur. Un questionnaire de satisfaction et une validation des acquis sont complétés par chaque stagiaire en fin de formation

Informations complémentaires
Le doit stagiaire doit se munir d'un ordinateur portable avec webcam, et micro.

Accessibilité de la formation
Afin de garantir un accueil attentif aux personnes en situation de handicap, en difficultés d'accessibilité ou nécessitant tout accompagnement spécifique, nous vous invitons à nous contacter au préalable afin d'étudier votre situation.

Objectifs de la formation

- Découvrir les réseaux sociaux
- Comprendre les enjeux pour une entreprise
- Créer sa page Facebook

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, le stagiaire doit être en capacité de :

- Connaître les enjeux des réseaux sociaux
- Utiliser les réseaux sociaux
- Savoir définir sa stratégie sociale
- Savoir créer sa présence sur Facebook
- Communiquer sur une page Facebook
- Travailler avec Linkedlin
- Savoir travailler sur les autres réseaux sociaux

Contenu

1) Comprendre les enjeux des réseaux sociaux
- Bien travailler avec les réseaux sociaux
- Cibler les bons réseaux sociaux
- Se familiariser avec le vocabulaire
- Comprendre le rôle d'un community manager.

2) Découvrir l'intérêt des principaux réseaux sociaux
- Comprendre le fonctionnement de Facebook
- Utiliser les réseaux pour diffuser des liens tels que Twitter et Pinterest
- Humaniser sa marque grâce à Instagram, Snapchat ou TikTok
- Obtenir des contacts pro via LinkedIn Connaître les autres réseaux sociaux plus spécifique.

3) Définir sa stratégie sociale
- Savoir quoi publier et sur quel réseau social
- Définir la fréquence de publication
- Faire intervenir sa communauté dans sa communication
- Respecter les bonnes pratiques
- Optimiser ses pages web pour les réseaux sociaux.

4) Créer sa présence sur Facebook
- Comprendre l'organisation de Facebook
- Créer et paramétrer une page entreprise
- Bien renseigner sa page. Définir les onglets à afficher.

5) Communiquer sur Facebook
- Quelles sont les thématiques à aborder ?
- Créer et programmer une publication
- Varier sa communication : évènements, vidéos, produits, etc.
- Partager les publications des autres
- Communiquer au sein des groupes
- Les ponts à établir entre le site web et la page Facebook. Analyser la performance de sa page Facebook.

6) Travailler avec LinkedIn
- Optimiser son profil individuel
- Comprendre l'importance de certains champs dans son profil
- Pourquoi passer en premium sur LinkedIn ?
- Créer des publications sur sa page entreprise

7) Travailler avec les autres réseaux sociaux
- Comprendre les particularités de LinkedIn, Twitter, Instagram et Pinterest
- Comment faire un bon tweet ?
- Utiliser les hashtags
- Mentionner d'autres comptes
- Quels contenus diffuser ?