

Développer l'activité commerciale grâce aux réseaux sociaux

Communication et marketing sur les médias sociaux

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Positionner son entreprise sur les réseaux sociaux et s'en approprier les codes.
- Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux en fonction des objectifs fixés.
- Savoir créer du contenu efficacement pour les réseaux sociaux.
- Identifier et suivre les principaux KPI's.

POUR QUI

- Dirigeant de TPE/PME.
- Consultant, auto-entrepreneur, créateur d'entreprise, indépendant et freelance.

PROGRAMME

PARTIE 1 : CRÉER ET GÉRER SES COMPTES SUR LES RS (3 JOURS)

- 1 - Choisir ses réseaux sociaux
 - Comment bien définir ses objectifs commerciaux sur les réseaux sociaux :
 - différence entre objectif commercial et objectif de communication ;
 - objectifs SMART ;
 - définition des cibles.
 - Panorama de l'environnement social media et choix des réseaux sociaux :
 - usages social media en France ;
 - panorama de l'univers Social Media ;
 - choisir les réseaux sociaux.
- 2 - Créer et paramétrer des comptes
 - Créer une page Facebook.
 - Créer un compte Instagram.
 - Créer un compte TikTok.
 - Créer une page LinkedIn.
 - Paramétrer les comptes officiels, les mettre aux couleurs de son entreprise/institution.
 - Optimiser son profil LinkedIn.
- 3 - Animer ses réseaux sociaux
 - Optimiser la gestion des réseaux sociaux :
 - fréquence de publication ;
 - mettre en place un planning éditorial ;
 - utiliser un SMMS (social media management system) .
 - Créer des contenus pour ses réseaux sociaux :

INFORMATIONS



Durée : 5 jours / 35h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 2 à 5

Réf : 4110

- Responsable et chargé de communication ou de marketing.
- Toute personne en reconversion professionnelle.

- différents types de contenus et sources de contenus ;
- le snacking content ;
- s'approprier les outils de créations de visuels gratuits ;
- rédiger pour les réseaux sociaux ;
- créer du contenu avec l'intelligence artificielle (IA).
Ateliers de créations de contenus.

PARTIE 2 : ANIMER SES COMPTES AU QUOTIDIEN (2 JOURS)

- 1 - Animer ses réseaux sociaux (suite)
 - Utiliser le vidéo marketing pour atteindre ses objectifs commerciaux :
 - différents types de vidéos ;
 - tourner et monter une vidéo au smartphone ;
 - Ateliers de créations.
 - Optimiser la gestion de ses réseaux sociaux grâce au suivi des indicateurs clés de performance :
 - les indicateurs à suivre : croissance de communauté, nombre d'abonnés, engagement, taux d'engagement... ;
 - mettre en place un reporting.
- 2 - Introduction à la publicité
 - Les fondamentaux de la publicité sur les réseaux sociaux.
 - Présentation de la régie publicitaire Meta.
 - Présentation de la régie publicitaire LinkedIn.