

Panorama des réseaux sociaux

1 jour / 8 heures

7 heures collectives

1 heure de mentorat distanciel

750 € HT | Réf. : M01

Maîtriser les exigences des principaux réseaux sociaux pour les exploiter efficacement dans une stratégie de communication numérique

Compétences visées

Différencier les opportunités et contraintes liées à chaque réseau social, identifier les bonnes et mauvaises pratiques et utiliser les fonctionnalités essentielles pour une utilisation professionnelle.

Objectifs

- ✓ Découvrir les enjeux du Social Media dans le paysage du Marketing Digital
- ✓ Différencier et maîtriser les spécificités de chaque réseau social
- ✓ Analyser et juger la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux

Programme

Découvrir les enjeux du Social Media dans le paysage du Marketing Digital

- Comprendre et s'approprier le lexique propre à l'activité Social Media
 - Anticiper les marronniers et réagir aux tendances
 - Savoir réagir à un bad buzz sur Twitter
 - Modérer efficacement les commentaires d'utilisateurs sur Facebook
- *Quiz de compréhension et études de cas*

Différencier et maîtriser les spécificités de chaque réseau social

- Appréhender les différences fondamentales entre Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et les réseaux complémentaires
 - Se familiariser avec la notion d'algorithme de distribution des contenus
 - Distinguer les fonctionnalités essentielles pour site e-commerce, une boutique physique, un site éditorial
 - Utiliser les hashtags à bon escient
 - Concevoir une stratégie de contenus utilisant les formats innovants : stories, reels, guides, lives, événements...
- *Exercice : définir un positionnement Social Media selon un brief*

Analyser et juger la présence d'une entreprise sur les réseaux sociaux

- Identifier les KPI les plus pertinents dans un benchmark concurrentiel
 - Distinguer les fonctionnalités spécifiques exploitées sur chaque canal
 - Identifier la ligne éditoriale et la qualité des publications
 - Estimer le taux d'engagement des publications
 - Identifier les différents types de pages Facebook existants
- *Exercice : auditer la présence Social Media d'une marque*

Public concerné

Cette formation est accessible à tous.

Pré-requis

Il est nécessaire d'avoir une bonne culture web et d'avoir a minima un compte personnel Facebook et / ou Twitter pour suivre cette formation.

Profil de l'intervenant

Social Media Strategist / Copywriter avec plus de 5 ans d'expérience en enseignement.

PANORAMA DES RÉSEAUX SOCIAUX

Sessions programmées

Consultez notre site pour connaître les dates des sessions programmées en présentiel et en distanciel

Modalités en présentiel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 1 jour présentiel continu > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Expositive + active : exposés théoriques, démonstrations, mise en pratique, analyse collective, feedbacks personnalisés, mentorat

Moyens techniques

- 1 poste par participant (Mac ou PC, selon votre choix)
 - Poste de l'intervenant relié à un grand écran ou vidéoprojecteur
- **Important : selon leurs habitudes de publication sur les réseaux sociaux, les apprenants sont invités à participer à la formation avec leur smartphone**

Ressources

- Supports de cours dématérialisés
- Abonnement de 3 mois à tuto.com
- Abonnement de 6 mois (3 numéros) à étapes :
- Inscription au forum des swashers

Modalités en distanciel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 1 classe virtuelle continue > Quiz de connaissances > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Expositive + active : exposés théoriques, démonstrations, mise en pratique, analyse collective, feedbacks personnalisés, mentorat

Moyens techniques

- Classes virtuelles créées par nos soins
- Chaque apprenant participe à la session avec :
 - son ordinateur, connecté à Internet et équipé d'un micro et d'une caméra
 - son smartphone (selon ses habitudes de publication sur les réseaux sociaux)

Évaluation

- Validation des acquis pendant la formation grâce à des mises en situations et la réalisation d'exercices pratiques
- Suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques par l'intervenant
- Évaluation à chaud (remplie en fin de formation) et à froid (à 60 jours)