

OPTIMISER VOTRE COMMUNICATION VIA LES RESEAUX SOCIAUX (en distanciel)



PARTICIPANT(S) :

Tout public.

ORGANISATION :

Durée : 14h (soit 10h en distanciel + 4h de travaux intersession)
Lieux : Classe virtuelle

INTERVENANT(S) :

Formateur expert sur les Réseaux sociaux et le Web.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010
Code APE-NAF 8542Z
N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996 –
33071 Bordeaux Cedex
Tél. 05 56 79 52 00
campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504
Libourne Cedex tél : 05 57 25 40
40
campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Connaître le fonctionnement et l'utilité des réseaux sociaux.
- Accroître sa visibilité sur les réseaux sociaux.
- Générer du trafic client dans son magasin et fidéliser sa clientèle.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques en groupe complétés par des exercices personnalisés.
Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.
Mise en pratique live avec des créations.

Idéalement, les stagiaires transmettront leur logo, des photos de leur devanture de magasin, de leurs produits, de quelques écrits, articles pour une personnalisation de la mise en application. S'ils disposent déjà de comptes sociaux, ils feront en sorte d'avoir leurs identifiants et mots de passe.

CONTENU DU PROGRAMME

TOUR DE TABLE ET DEFINITION DES PRATIQUES ACTUELLES, OBJECTIFS ET PROBLEMATIQUES DE CHAQUE PARTICIPANT.

APPREHENDER LES DIFFERENTS RESEAUX SOCIAUX ET LE CONTENT MARKETING

- les contenus qui fonctionnent sur les réseaux sociaux : le principe des algorithmes
- le pouvoir des photos et vidéos
- les réseaux grand public
- les réseaux professionnels

CREER SES PAGES SUR LES RESEAUX SOCIAUX : MISE EN PRATIQUE

- Facebook (différence entre compte et page pro).
- Instagram.
- LinkedIn
- YouTube.

LE PICTURE MARKETING COMME LEVIER D'ENGAGEMENT.

- Quelques chiffres sur les réseaux sociaux liés à l'image.
- Le storytelling par l'image.

CONNAITRE LES BONNES PRATIQUES AFIN DE CREER UNE COMMUNAUTE.

- Les types de message.
- La ligne éditoriale, le ton, le storytelling.
- Les bonnes heures de publication.
- Les choix : textes, photos ou vidéos ?
- Les posts : combien par semaine.
- Comment détourner les algorithmes et démultiplier sa visibilité et sa viralité ?

FIDELISER MA COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET LA TRANSFORMER EN VRAIS CLIENTS.

- L'User Generated Content (contenu participatif).
- Les jeux concours.
- L'acquisition de leads pour d'autres actions marketing possibles.
- Introduction aux Facebook Ads (publicité payante sur Facebook)
- Google MyBusiness : être présent sur Google sans forcément avoir de site web

CREER DES POSTS, DES STORIES, DES IMAGES ET DES VIDEOS SUR FACEBOOK ET INSTAGRAM

- Mise en pratique avec des outils de création graphique simple