

Le marketing digital- social média

Programme de formation

Public : tous publics.

Prérequis :

- aucun niveau de connaissances préalables n'est requis.

Objectifs :

- Comprendre les enjeux de la communication sur les réseaux sociaux.
- Identifier les réseaux sociaux les plus adaptés à son activité et à ses cibles.
- Construire une stratégie Social Media cohérente avec ses objectifs.
- Comprendre le fonctionnement et les spécificités des principaux réseaux sociaux.
- Créer des contenus adaptés aux différentes plateformes.
- Maîtriser les bases de Canva et CapCut pour créer ses propres contenus.
- Organiser et planifier sa communication sur les réseaux sociaux.
- Analyser ses performances et ajuster sa stratégie.
- Élaborer son propre plan d'actions Social Media.

Contenu

Avant la formation

- Entretien avec le/la stagiaire afin d'identifier ses attentes, ses besoins et le contexte de son activité.
- Analyse des réseaux sociaux déjà utilisés et des pratiques actuelles.
- Identification des objectifs de formation.
- Élaboration d'un programme personnalisé selon le niveau et les besoins du participant.

Pendant la formation

Comprendre les réseaux sociaux et leurs usages

- Panorama des principaux réseaux sociaux : Instagram, Facebook, LinkedIn...
- Comprendre les usages et les audiences de chaque plateforme.
- Identifier les réseaux sociaux pertinents selon son activité, sa cible et ses objectifs.
- Comprendre les différences entre une communication B2B et B2C.
- Identifier les tendances et les évolutions des usages sur les réseaux sociaux.

Construire sa stratégie Social Media

- Réaliser un audit de sa présence actuelle sur les réseaux sociaux.
- Définir ses objectifs de communication.

- Identifier et comprendre sa cible.
- Analyser son environnement et ses concurrents.
- Définir son positionnement et son ton de communication.
- Construire ses piliers de contenu.
- Définir une ligne éditoriale cohérente.
- Élaborer son plan de communication Social Media.

Comprendre le fonctionnement des différents réseaux sociaux

- Comprendre le fonctionnement d'Instagram et ses principales fonctionnalités.
- Comprendre les spécificités de Facebook.
- Utiliser LinkedIn dans une stratégie de communication professionnelle.
- Optimiser ses pages et profils professionnels.
- Comprendre le fonctionnement général des algorithmes.
- Identifier les principaux facteurs qui influencent la visibilité et l'engagement.
- Visualisation des chiffres des réseaux sociaux en 2023
- Analyser la cible des différents réseaux sociaux

Choisir les bons formats de contenu

- Comprendre les différents formats disponibles sur les réseaux sociaux.
- Publications simples.
- Carrousels.
- Stories.
- Réels et vidéos courtes.
- Publications LinkedIn.
- Choisir le format le plus pertinent selon son message et son objectif.
- Adapter un même sujet aux différents réseaux sociaux.
- Définition des objectifs SMART
- Définition de sa cible client
- Analyse de la concurrence
- Définir sa stratégie de contenu et élaborer son calendrier éditorial

Rédiger ses publications

- Trouver des idées de contenus adaptées à son activité.
- Structurer efficacement une publication.
- Travailler l'accroche pour capter l'attention. (les hooks)
- Adapter son ton à sa cible et à chaque réseau social.
- Construire un message clair et pertinent.
- Utiliser les appels à l'action.
- Comprendre l'utilisation des hashtags.
- Utiliser l'intelligence artificielle comme aide à la création et à la rédaction de contenus.

Créer son contenu avec Canva

- Comment rédiger des textes percutants pour les médias sociaux
- Découvrir et prendre en main Canva.
- Respecter son identité et sa charte graphique.
- Comprendre les dimensions adaptées aux différents réseaux sociaux.
- Créer une publication.
- Créer un carrousel.
- Créer une story.
- Créer une couverture de Réel ou de vidéo.
- Utiliser des modèles et les adapter à son entreprise.
- Organiser ses créations afin de gagner du temps au quotidien.

Créer et monter ses vidéos avec CapCut

- Découvrir l'interface de CapCut.
- Comprendre les bases du montage vidéo.
- Découper et assembler ses séquences.
- Ajouter du texte et des sous-titres.
- Ajouter une musique ou une voix off.
- Utiliser les transitions et effets avec pertinence.
- Adapter le rythme d'une vidéo aux réseaux sociaux.
- Concevoir un Réel ou une vidéo courte.
- Exporter ses vidéos dans les formats adaptés aux différentes plateformes.

Organiser et planifier sa communication

- Construire un calendrier éditorial.
- Définir une fréquence de publication adaptée à ses ressources.
- Anticiper et organiser la création de ses contenus.
- Découvrir les outils de programmation.
- Utiliser Meta Business Suite.
- Mettre en place une organisation permettant de communiquer régulièrement.
- Créer une routine Social Media adaptée à son activité.

Animer et développer sa communauté

- Comprendre l'importance de l'interaction sur les réseaux sociaux.
- Mettre en place une routine d'engagement.
- Répondre aux commentaires et aux messages.
- Gérer les avis clients.
- Favoriser les échanges avec sa communauté.
- Développer progressivement sa visibilité et son engagement.
- Identifier les possibilités de collaborations et de partenariats.

Analyser ses performances

- Comprendre les principales statistiques des réseaux sociaux.
- Identifier les indicateurs pertinents selon ses objectifs.
- Analyser la portée, les interactions et l'engagement.
- Identifier les contenus qui fonctionnent le mieux.
- Comprendre le comportement de son audience.
- Ajuster ses contenus et sa stratégie à partir des résultats obtenus.

Élaborer son plan d'actions Social Media

À l'issue de la formation, le participant construit son propre plan d'actions :

- Réseaux sociaux prioritaires ;
- Objectifs de communication ;
- Cibles ;
- Ligne éditoriale ;
- Piliers de contenu ;
- Formats à privilégier ;
- Fréquence de publication ;
- Organisation de la création de contenu ;
- Calendrier éditorial ;
- Indicateurs à suivre.

L'objectif est que chaque participant reparte avec une stratégie concrète et directement applicable à son activité.

Moyens pédagogiques

- Formation individuelle ou collective en face à face.
- Notre intervenante : Estelle - Formatrice et Community manager.
- Elle alterne tout au long des sessions les exposés théoriques et les cas pratiques (cas concrets, exemples d'application)
- Utilisation de ressources Internet
- Mise en œuvre ciblée sur les outils et besoins du participant.

Durée

40 à 60 heures (à déterminer en fonction des besoins et des objectifs).

Suivi et évaluation

- Mises en application tout au long de la formation.
- Exercices pratiques sur les différents outils abordés.
- QCM permettant de valider les connaissances acquises.
- Évaluation qualitative de fin de formation.

- Attestation de formation remise au stagiaire.

Contact

Isabelle Jariod - Responsable formation

06 86 83 69 64 - contact@if-formation.fr

Tarifs

Consultez la page de notre site internet [nos tarifs](https://www.if-formation.fr/tarifs) <https://www.if-formation.fr/tarifs>