

PROGRAMME DE FORMATION

STRATÉGIE SUR LES RESEAUX SOCIAUX



4 formats au choix

**Durée : 25h ou 45h en individuel,
à distance en ou en présentiel**

Zoom sur les spécificités de l'individuel : flexibilité, personnalisation, aménagement du programme, le tout en fonction de vos besoins et convenance. Avec démarrage immédiat en fonction de vos disponibilités et de celles du formateur.



2 lieux au choix

De chez vous, à distance ou dans nos locaux
au 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris.
Métro Saint Michel ou Odéon
Parking Vinci à la Place St André des Art



Equipement

En présentiel, nous mettons à votre disposition des ordinateurs PC équipés des licences adéquates mises à jour. À distance, c'est à vous de jouer et d'avoir un ordinateur équipé des licences adéquates. Dans ce cas, notre équipe peut vous conseiller.



Public visé & pré-requis - Salariés, demandeurs d'emploi, auto entrepreneurs, particuliers ou bénévoles souhaitant progresser dans l'acquisition de connaissances et savoirs. Pour chacun, une maîtrise basique de l'ordinateur est demandée.

Accessibilité - Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, notamment grâce à notre partenariat avec HACTIF, structure spécialisée pour nous permettre d'adapter nos formations aux besoins de chacun. Si vous êtes concerné(e), n'hésitez pas à contacter notre référent en toute confidentialité. Chlomo Zenou - 01 43 29 28 45 - chlomo.peaj@gmail.com

Méthodes et moyens pédagogiques

Tout au long de la formation, des temps théoriques alternent avec des temps pratiques (créations de contenus, exercices, recherches, simulations, jeux, études de cas...). Des supports écrits sont transmis au stagiaire en versions numérique et papier. En amont de la formation, un test de positionnement ou un entretien téléphonique sont réalisés pour définir les besoins et demandes des stagiaires afin que la formation corresponde au mieux.

En présentiel - En appui des temps théoriques, un diaporama et un écran mural sont utilisés, tout en laissant place à une forte interactivité entre les stagiaires et les formateurs.

En distanciel - Une solution à distance permettant la vidéo, le son, le partage d'écran, l'enregistrement des sessions, est utilisée : la formation est ainsi organisée sous la forme de classe virtuelle ou de visioconférence ou de elearning. Un assistant technique est également sollicité afin d'apporter une aide aux stagiaires qui auraient du mal à se connecter.

Association PEAJ - 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris - 0143292845 - www.peaj.org

N° de Siret : 50758326800010 - N° de déclaration d'activité : 11754834175

Centre de formation Datadocké - Programme mis à jour le 01/06/2021

Au plaisir de vous accueillir en formation !

Formateurs expérimentés - Experts dans le milieu des compétences digitales, tous nos formateurs cumulent de nombreuses journées de formation auprès de différents organismes dont notre structure.

Evaluation - À l'issue de la session,

Un test de fin de formation (QCM, créations, exercices, projet, présentation orale) est réalisé afin de valider les acquis.

Chaque stagiaire est invité à participer à un bilan oral "à chaud" complété par un questionnaire "à froid" envoyé quelques semaines plus tard, pour connaître l'impact de la formation suivie et d'en mesurer les apports au niveau professionnel.

Chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation reprenant les compétences acquises ou en cours d'acquisition ainsi qu'une attestation de présence. Dans le cas des formations à distance, un certificat de réalisation est délivré par nos soins.

Tarifs & financement

Nos tarifs sont nets de TVA, par heure et par personne, déjeuner non compris

Cette formation est éligible à l'ensemble des financements liés à la formation continue : OPCO, AIF, FNE... N'hésitez pas à nous contacter pour des conseils.

SESSION EN INDIVIDUEL 25H - 1500 €

SESSION EN INDIVIDUEL 45H - 2700 €

Je réserve ma place

Je souhaite un devis pour un groupe déjà constitué

Les détails finaux concernant la formation (lieu, durée, présentiel, distanciel...) sont indiqués dans le devis et la convention, remis avec le règlement intérieur de PEAJ.

Une question ? Besoin d'aide ? S'inscrire ?

Contactez-nous au 01 43 29 28 45

contact.peaj@gmail.com

marielucie.peaj@gmail.com

www.peaj.org



Association PEAJ - 8 bis rue de l'Eperon 75006 Paris - 0143292845 - www.peaj.org

N° de Siret : 50758326800010 - N° de déclaration d'activité : 11754834175

Centre de formation Datadocké - Programme mis à jour le 01/06/2021

Au plaisir de vous accueillir en formation !

STRATÉGIE SUR LES RESEAUX SOCIAUX



PROGRAMME

RAPPEL DES FONCTIONNALITÉS ET USAGES DES PRINCIPAUX RÉSEAUX

- Facebook : l'incontournable média social
- Twitter : toucher les influenceurs
- YouTube : transmettre votre savoir et votre histoire
- Instagram : se construire une image
- LinkedIn : générer des leads BtoB
- Les autres réseaux : Pinterest, Google +, Snapchat...

ELABORER SA STRATÉGIE SOCIAL MEDIA EN 8 ÉTAPES

ETAPE 1 - DÉTERMINER LES OBJECTIFS SOCIAL MEDIA

- Qu'est-ce qu'une Stratégie Social Média ?
- Déterminer les objectifs de la Stratégie Social Média
- Les 4 types de Stratégie Social Média (Listening, Influencing, Networking, Selling)
- Se donner des objectifs qualitatifs et quantitatifs : penser SMART

ETAPE 2 - DÉTERMINER L'AUDIENCE

- Qui est ma cible ?
- Définir des personas
- Pourquoi définir des personas ?
- Comment construire un persona ?
- Que faire de ses personas ?
- Savoir identifier les mauvais personas

ETAPE 3 - DÉFINIR LES THÉMATIQUES

- Objectif cognitif, adressez-vous au cerveau
- Objectif affectif, adressez-vous au cœur
- Objectif conatif, adressez-vous au muscle
- Formuler le concept rédactionnel et les objectifs éditoriaux
- Traduire les objectifs dans la grille de la publication
- Définir ses contenus : la matrice des contenus
- La recherche de contenu : mettre en place des outils de veille
- Comment augmenter sa production de contenus sans diminuer la qualité
- Le choix des visuels
- 5 astuces pour réanimer une stratégie de contenu bloquée

RÉSEAUX SOCIAUX : LESQUELS CHOISIR SELON LES OBJECTIFS ET LA CIBLE

- **FACEBOOK** : la promotion
 - Cette année, on se recentre sur le contenu
 - Cette année, on active la messagerie sur sa Page
 - Cette année, la publicité Facebook, on s'y met
- **TWITTER** : le partage d'informations
 - Cette année, on produit du frais (et on retweete si besoin)
 - Cette année, on certifie son compte (si c'est possible)
 - Cette année, on s'adresse directement à ses consommateurs



- **INSTAGRAM**: l'image de marque
 - Cette année, on opte pour les micro-influenceurs
 - Cette année, on favorise le contenu utilisateur, mais on rend à César ce qui lui appartient
 - Cette année, on soigne l'esthétisme de sa page Instagram
- **YOUTUBE**: le storytelling
 - Cette année, on aide ses clients à utiliser vos produits
 - Cette année, on soigne son introduction
 - Cette année, on développe sa communauté (si l'on a plus de 10 000 abonnés)
- **LINKEDIN**: recrutement et réseau
 - Cette année, on intègre de la vidéo
 - Cette année, on partage ses contenus
 - Cette année, on fait défiler ses publicités

ETAPE 4 - PLANIFIER UNE BONNE ORGANISATION DE TRAVAIL

- Bilan de l'existant
- Les fondamentaux du calendrier éditorial
- Astuces : quand publier sur les réseaux sociaux ?

ETAPE 6 - DES PROCESSUS POUR GAGNER DU TEMPS

- Les outils pour automatiser les tâches
 - Buffer / Hootsuite
- Outils d'automatisation : limites et dangers
- Zoom : Bad Buzz - communication de crise : les principes à respecter

ETAPE 7 - QUELLES RESSOURCES POUR MA STRATÉGIE ?

- Les ressources humaines
 - Le Community Manager
 - Le Social Media Manager
 - Les qualités d'un communicant sur les réseaux sociaux
- Les ressources financières
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
- Zoom : créer une campagne de publicité Facebook
 - Campagne d'interactions
 - Campagne de trafic
 - Campagne de conversions
 - Campagnes de vues de vidéo

ETAPE 8 - MESURER ET ANALYSER LES RÉSULTATS

- Mesurer : les outils d'Analytics
- Exemple de l'outil Analytics FACEBOOK
- Analyser : définir ses KPIs (indicateurs clés de performance)
 - La visibilité
 - L'acquisition
 - La recommandation
 - L'engagement
 - La tonalité du message

Conclusion

L'optimisation, le vrai enjeu d'une Stratégie Social Média efficace.