

Développer une stratégie de communication via les réseaux sociaux pour les TPE-PME - 5 jours

Code RS6078 enregistré le 20/07/2022 certificateur CMA FRANCE

Objectif général

Sélectionner le(s) réseau(x) social(aux) adapté(s) à la promotion de son activité.

Définir sa stratégie digitale afin de gagner en visibilité et de générer des ventes.

Créer et animer une page professionnelle sur un ou plusieurs réseau(x) social(aux) et optimiser sa communication auprès de ses clients et de ses prospects cibles, valoriser son savoir-faire.

Interagir avec les abonnés, développer sa communauté et la fédérer. Évaluer l'impact de sa communication pour ajuster sa stratégie et/ou ses publications.

Public

Chef d'entreprise, artisan et leur conjoint, salarié, créateurs d'entreprises.

Durée

35 heures.

Pré-requis

Le candidat doit pouvoir utiliser de manière courante un ordinateur, un smartphone et internet.

Plages horaires

De 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

Programme

Jour 1

Objectifs : Sélectionner le(s) réseau(x) social(aux) adapté(s) à la promotion de son activité en identifiant les fonctionnalités et les possibilités de chacun

Matin

- . Définition d'un réseau social,
- . Panorama et impact des réseaux sociaux : Facebook,
- . Twitter, Pinterest, Instagram, LinkedIn,
- . Identifier les fonctionnalités et les possibilités de chacun

Après-midi

- . Les spécificités et la plus-value de chaque réseau social,
- . La sélection du/des réseau(x) social(aux) adapté(s) à la promotion de l'activité de l'entreprise

Jour 2

Objectifs : Définir sa stratégie digitale en identifiant les contenus et les images adaptés au contexte ainsi que les spécificités et la plus-value de chaque réseau social afin de gagner en visibilité et de générer des ventes

Matin

- . Les besoins en communication digitale au regard de l'activité de l'entreprise,
- . L'élaboration de sa stratégie de communication digitale,
- . L'établissement d'un dispositif sur les médias sociaux pour créer un événement, augmenter sa visibilité et le valoriser

Après-midi

- . L'horizon des solutions publicitaires proposées par les réseaux sociaux,
- . La mesure des actions de communication digitale (Connaître les différentes métriques : like, share, portée, impressions, Retweet, followers...),
- . La fréquence des publications

Jour 3

Objectifs : Créer sa page professionnelle sur un ou plusieurs réseau(x) social(aux) et optimiser sa communication auprès de ses clients et de ses prospects cibles. Savoir configurer un compte utilisateur.

Matin

- . L'avènement des communautés sur les réseaux sociaux
- . La communication et la remontée d'information,
- . Influenceurs, micro influenceurs et ambassadeurs : saisir l'impact du marketing d'influence,
- . Quelques chiffres : les budgets et le temps dédiés par les entreprises aux réseaux sociaux

Après-midi

- . La définition des termes du # community management,
- . La technique et usage du # (hashtag),
- . La technique et usage du @,
- . Le tableau des publications (Fréquence et horaires),
- . Les outils adaptés

Jour 4

Objectifs : Animer sa page professionnelle, publier des contenus multimédia percutants au regard de la cible définie en prenant en compte les prospects/ clients en situation de handicap

Matin

- . L'identification et réalisation des contenus et des images adaptées aux spécificités de l'entreprise,
- . La réussite des photos prises avec son smartphone : cadrage, lumière, format et les corrections,
- . Le stockage et les transferts
- . La publication de photos vers les réseaux sociaux

Après-midi

- . La création Instagram Personnel
- . La création Instagram Professionnel
- . Le balayage Paramètres
- . Les liens Instagram Facebook

Jour 5

Objectifs : Interagir avec les abonnés en répondant aux commentaires et aux réactions de ces derniers afin d'ajuster son contenu à leurs attentes, de développer sa communauté et de la fédérer.

Évaluer l'impact de la communication auprès de ses abonnés en suivant et en analysant les statistiques proposées par le(s) réseau(x) social(aux) afin d'ajuster sa stratégie et/ou ses publications.

Matin

- . La création Facebook Privé
- . La création Page Pro Facebook
- . Le Balayage Paramètres

Après-midi

- . L'exemple de publication
- . Booster les publications
- . L'évaluation de l'impact de la communication auprès de ses abonnés : suivi et analyse des statistiques proposées par les réseaux sociaux

Modalités d'évaluation

Oral : Présentation de sa stratégie digitale et son besoin et de sa/ (ses) page(s) professionnelle(s).

Durée de la présentation : 15 à 20 minutes.

Moyens et encadrements pédagogiques

- Atelier participatif en groupe restreint (12 personnes maximum),
- Animation par un formateur expert dans le domaine,
- Outils et supports pédagogiques, exercices pratiques,
- Remise d'un certificat de formation et de réussite le cas échéant

Pour plus d'informations

Service Formation Continue - Par territoire :

04 : formationcontinue04@cmar-paca.fr

04 92 30 90 97 - 06 70 27 71 76

05 : formationcontinue05@cmar-paca.fr

04 92 52 80 15

06 : formationcontinue06@cmar-paca.fr

04 92 12 53 45

13 : formationcontinue13@cmar-paca.fr

04 91 32 24 70

83 : formationcontinue83@cmar-paca.fr

04 94 61 99 65

84 : formationcontinue84@cmar-paca.fr

04 90 89 20 40

<https://www.cmar-paca.fr/catalogues-des-formations>