



Programme de la formation « CM » « *La communication via les réseaux sociaux* »

Durée : Toutes nos formations durent 14h soit 2 Journées

Horaires : 9h00 - 17h00 (nous pouvons nous adapter à vos contraintes sur demande)

Tarifs pour les 2 jours de formation :

- Si formation inter-entreprise : 1260 €HT (par personne) peut être effectuée en présentiel ou en visioconférence.
- Si formation intra-entreprise en présentiel : 1680 € HT (par personne) + Frais de déplacement (jusqu'à 7 personnes)
- Si formation individuelle : 2100€ HT

Public : Toute personne souhaitant mieux comprendre les réseaux sociaux et les utilisés pour leurs activités professionnelles.

Prérequis : Aucun prérequis n'est nécessaire

Si cette formation vous intéresse et que vous souhaitez sauter le pas, nous vous demandons de remplir le questionnaire pour comprendre vos besoins, vos objectifs et ainsi répondre au mieux à votre demande.

Si vous ou nous avons des questions complémentaires, nous organisons un entretien téléphonique pour échanger directement sur vos souhaits et vous proposer une formation qui vous correspond à 100%.

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

À l'issue de la formation, les participants seront capables :

- Comprendre l'explosion des médias sociaux et leurs opportunités professionnelles
- Connaître les fondamentaux du Community Management
- Créer sa stratégie de communication en fonction des personas
- Maîtriser les différents outils
- Savoir créer, animer et développer sa communauté
- Mesurer et optimiser sa performance



CONTENU DE LA FORMATION :

Qu'est-ce que le community management?

- Définition du community management et rôle du community manager
- Croissance des médias sociaux en France et dans le monde
- Utilisation des médias sociaux en B2C et en B2B
- Objectifs et KPIs selon les canaux

Définir une stratégie de Community Management

- Préparation de la ligne éditoriale : objectifs, cible et personas, analyse des concurrents
- Création du calendrier éditorial

Les bonnes pratiques des principaux réseaux

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Twitter
- Nouveaux réseaux sociaux (SnapChat, TikTok)

Les indicateurs de performance

- Identifier les bons indicateurs en fonction de vos objectifs

Conclusion :

- Échange et questions
- Signature des feuilles d'émargements
- Remise d'un support pédagogique
- Questionnaire de satisfaction

Chaque stagiaire doit venir avec son ordinateur portable et avoir en sa possession les codes d'accès à son site internet et à ses réseaux sociaux professionnels.

De cette façon, le stagiaire pourra :

- Mettre en pratique les exercices directement sur son site,
- Se rendre compte des difficultés et pouvoir interagir directement avec le formateur,
- Finir la formation en ayant les bonnes bases.

CONTACT ADMINISTRATIF :

SOLA Florence
floresola@weglio.fr