



# Facebook formation avancée

## Public concerné et pré-requis

- Profil : tout professionnel souhaitant développer sa stratégie de gestion de page Facebook
- Pré-requis : administrer déjà une page Facebook

## Nombre de stagiaires par session :

- De 3 à 6 en inter-entreprises
- De 1 à 6 en intra

## Lieu de la formation :

- Chez le client
- ou dans les locaux de Web Créatif : salle de formation de 30m<sup>2</sup> (8 places maximum) équipée de tableau blanc, internet en filaire et vidéo-projecteur

## Admission

- Entretien téléphonique pour vérifier l'adéquation de la formation Facebook aux besoins du stagiaire.
- Formulaire d'évaluation des pré-requis en ligne.

## Modalités d'encadrement et d'évaluation :

- Feuille d'émargement
- Attestation de formation
- Une évaluation écrite
- Quiz/QCM et commentaire libre.

“ Les professionnels sont bel et bien présents sur les réseaux sociaux : mais le sont-ils bien ? Ont-ils compris la stratégie Facebook : les modes de communication, et les règles comportementales qui régissent le réseau social ?

Cette formation Facebook avancée vous aidera à mettre en place une stratégie de communication sur ce réseau. Elle posera les règles du community management pour améliorer sa page, comprendre les bonnes pratiques et organiser son temps de travail en fonction d'objectifs précis.

## Objectifs pédagogiques

- ⊙ Se promouvoir avec finesse sur Facebook : connaître les bonnes recettes pour publier et interagir
- ⊙ Comprendre l'incidence du Edge Rank sur sa visibilité
- ⊙ Mesurer sa performance avec les Facebook Insights
- ⊙ Auditer sa page
- ⊙ Modérer sa communauté
- ⊙ Comprendre les attentes des fans Facebook
- ⊙ Organiser son équipe et son emploi du temps

 **Durée**  
2 jours, soit 14h

 **Tarifs**  
Inter : à partir de  
900€ HT

## Programme général

### Jour 1 - Matin (9h00-12h30)

#### Introduction : pourquoi faut-il posséder une page Facebook ?

- ⊙ Introduction chiffrée sur l'influence de Facebook en France et à l'international
- ⊙ Le rôle de prescripteur du réseau social
- ⊙ Facebook présent tout au long du cycle d'achat
- ⊙ Les avantages de Facebook dans la relation client

#### Les bases de la stratégie

- ⊙ Vérification des acquis (vocabulaire et paramétrage de votre page)
- ⊙ Définir ses cibles
- ⊙ Analyser ses forces et ses faiblesses pour saisir les opportunités
- ⊙ Comprendre les attentes des utilisateurs Facebook

- ⊙ Satisfaire l'Edgerank

#### Comprendre et utiliser les statistiques Facebook

- ⊙ Tour d'horizon de l'outil Insights
- ⊙ Analyser les mentions j'aime / je n'aime plus et les contextualiser
- ⊙ Comprendre le taux d'engagement et apprendre à le calculer
- ⊙ Tenir un tableau de bord significatif

### Jour 1 - Après-midi (14h00-17h30)

#### Auditer sa page

- ⊙ Paramètres et infos renseignées
- ⊙ Analyse de vos pratiques
- ⊙ Tirer des conclusions pour s'améliorer

#### L'enjeu de l'image

- ⊙ La consommation du visuel par les



## Formateur



### Sabrina Échappé

#### Responsable Pédagogique

Créatrice et gérante de Web Créatif, elle est consultante formatrice dans les domaines de la communication visuelle et du web.



### Jessica Paillou

Issue du tourisme, elle est aujourd'hui intégratrice web, rédactrice SEO et formatrice réseaux sociaux.

internautes

- ⊙ Introduction au picture marketing : la stratégie de l'image
- ⊙ Qu'est-ce qu'une « bonne photo » ?

## Jour 2 - Matin (9h00-12h30)

### La montée en puissance de la vidéo

- ⊙ La vidéo, le format qui séduit
- ⊙ Savoir publier une vidéo sur Facebook
- ⊙ Les règles à connaître pour une vidéo efficace

### Le texte, porteur du message

- ⊙ Le message avant l'image
- ⊙ La notion de SMO
- ⊙ Web-rédaction, les règles à appliquer à Facebook

### Les bonnes pratiques pour interagir

- ⊙ Les typologies de post qui intéressent les fans
- ⊙ Anatomie d'un bon post Facebook
- ⊙ Benchmark de pages très bien animées
- ⊙ Aspects psychologiques pour créer du lien : empathie, générosité et humour
- ⊙ Définir la bonne fréquence de publication
- ⊙ Les outils d'aide à la gestion : programmation et brouillons

## Jour 2 - Après-midi (14h00-17h30)

### Transformer vos clients et contacts en partenaires privilégiés

- ⊙ Comment envoyer des fans sur votre site internet ?
- ⊙ Les call-to-action, ou comment faire interagir ses fans
- ⊙ Promouvoir Facebook sur les autres outils : comment organiser le maillage
- ⊙ Mettre en place des partenariats : clients et fournisseurs, tous ambassadeurs

### Gérer et modérer les commentaires

- ⊙ A qui répondre et pourquoi ?
- ⊙ Les règles et usages dans l'échange avec ses fans
- ⊙ Que faire en cas d'injures et diffamation ?
- ⊙ Créer et diffuser sa charte de modération

### Travailler en équipe sur une page Facebook

- ⊙ Gérer les rôles utilisateur
- ⊙ Définir la charte éditoriale
- ⊙ Planifier son travail avec un calendrier éditorial
- ⊙ Stratégie crossmedia : investir les outils multi-comptes (Hootsuite, Agora Pulse)

## Méthodes pédagogiques

- ⊙ L'intervenante alternera découverte des concepts stratégiques propres à Facebook, explications pédagogiques et mise en application des notions ;
- ⊙ Appropriation des statistiques par chaque participant et analyse de leur propre page Facebook ;
- ⊙ Exercices d'écriture de posts enrichis (image, photo), avec différents angles à adopter ;
- ⊙ Nombreux exemples de bonnes pratiques pris dans des pages Facebook en rapport avec les activités économiques des participants.