



Formation réseaux sociaux et cross média pour les entreprises

Public concerné et pré-requis

- Public : tout professionnel indépendant, entreprise ou agent des collectivités souhaitant analyser les avantages et intérêts de chaque réseau avant de les investir.

- Pré-requis :

- Être en charge de l'animation des comptes professionnels sur les réseaux sociaux

- Avoir les codes d'accès à

l'administration des comptes existants

Nombre de stagiaires par session:

- De 2 à 8 en inter-entreprises

- De 1 à 8 en intra

Lieu de la formation :

- Chez le client

- ou dans les locaux de Web Créatif :

salle de formation de 30m² (8 places maximum) équipée de tableau blanc,

internet en filaire et vidéo-projecteur

Admission

- Entretien téléphonique et questionnaire d'évaluation des pré-requis,

- Disposer d'un smartphone et de ses codes administrateur sur les Réseaux Sociaux

Modalités d'encadrement et d'évaluation :

- Feuille d'émargement : les stagiaires émargeront par demi-journée de formation.

- Attestation remise aux stagiaires ayant suivi la formation Réseaux Sociaux avec assiduité.

- Une évaluation écrite portant sur l'atteinte des objectifs sera réalisée par les participants à chaud, puis « à froid », quelques mois après la formation.

- Quizz/exercices et publications multimédia validant les acquis tout au long de la formation.



Depuis l'arrivée de Facebook en 2008, les réseaux sociaux ont peu à peu conquis le cœur des Français. Aujourd'hui ils font parti de leur quotidien, et intéressent de fait les entreprises qui y ont vu un nouveau moyen de toucher et fidéliser leurs cibles. Pour autant, la multiplication des médias sociaux complexifient la donne, il est difficile de savoir où aller, où trouver son audience et communiquer efficacement. Notre formation réseaux sociaux s'adresse à tous ceux qui veulent réfléchir avant de foncer : elle vous donnera une vision à 360° des principales plateformes et l'intérêt ou non de les investir.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- ⊙ Connaître les avantages et les usages liés aux principaux réseaux sociaux
- ⊙ Auto-diagnostiquer ses besoins de communication dans la sphère du social media
- ⊙ Créer et planifier des publications en fonction de l'audience
- ⊙ Mettre en œuvre une stratégie de cross-media



Durée

2 jour, soit 14h



Tarifs

Inter : à partir de 985 € HT/pers

Programme de la formation réseaux sociaux

Jour 1 matin (9h00-12h30)

Introduction : les enjeux des réseaux sociaux en 2019

- ⊙ Introduction chiffrée sur l'usage des réseaux sociaux en France et dans le monde
- ⊙ Les tendances d'usage et leur évolution
- ⊙ Les 7 niveaux d'engagement de l'internaute

Les réseaux sociaux pour les entreprises : audience des principales plateformes

- ⊙ Facebook : leader mondial

⊙ Instagram & Pinterest : la puissance du visuel

⊙ Twitter : veille et relations presse

⊙ Youtube : la vidéo, reine du web

⊙ LinkedIn : pour des relations en B2B

⊙ Snapchat : le petit nouveau devenu grand F

Exercice : remplir le tableau de synthèse : quel réseau social pour quelle audience, quel format éditorial attendu et quels sujets ?

Jour 1 après-midi (14h-17h30)



Formateur



Jessica Paillou

Responsable Pédagogique

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



Sabrina Échappé

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

Zoom sur Facebook

- ⊙ Présentation de la plateforme : les informations à renseigner sur une page pro
- ⊙ Les outils de publication pour les entreprises
- ⊙ Les attentes des communautés sur Facebook
- ⊙ Quels types de posts remportent l'adhésion ?

Les réseaux sociaux de l'image

- ⊙ Flickr : typologie des utilisateurs et principes d'utilisation de la plateforme (albums, groupes, carte géolocalisée, copyrights)
- ⊙ Instagram : qui sont les instagrammers ? Que peut-on y publier ? Quelles sont les règles du jeu à connaître ?
- ⊙ Pinterest : quel usage peut-on en faire ? Quelle entreprise a une chance de se faire connaître grâce à Pinterest : les sujets / tendances et qualités humaines à développer

Zoom sur Twitter

- ⊙ Qu'est-ce que le microblogging ? Tweet, followers, hashtag ?
- ⊙ Quel intérêt à être sur Twitter ?
- ⊙ Quel pourrait être votre profil : suiveur, veilleur, partageur, leader ou influenceur ?

La vidéo plébiscitée par les internautes

- ⊙ Youtube : créer et gérer sa chaîne professionnelle
- ⊙ Que faire pour devenir Youtuber ?

- ⊙ Temps et matériel à investir pour faire de la vidéo soi-même.

Jour 2 matin (9h-12h30)

Le cross-médias, quel intérêt pour un professionnel ?

- ⊙ Définition du cross-médias
- ⊙ Comment prendre en compte les spécificités de chaque plateforme lors d'une même campagne ?
- ⊙ Bien choisir les réseaux sociaux à investir : se canaliser pour faire moins et mieux

Exercice : lister ses objectifs et y associer les médias pouvant y répondre

Créer une campagne multi-plateformes

- ⊙ Effectuer son état des lieux avec la méthode SWOT.
- ⊙ Exercice : faire l'état des lieux de sa communication avec SWOT
- ⊙ Définir une problématique de communication.
- ⊙ Trouver des solutions (message marketing).
- ⊙ Choisir son angle d'attaque avec la méthode SONCAS.
- ⊙ La définition du message : 4 caractères à prendre en compte.

Exercice : définir son message et y associer les éléments de compréhension (visuels, slogan, textes)



Jour 2 après-midi (14h-17h30)

Transformer son message selon le réseau social

- ⦿ Définir sa ligne éditoriale globale et la décliner selon les réseaux sociaux utilisés.
- ⦿ Scénario 1 : Un même message pour différentes publications
- ⦿ Scénario 2 : Un même message dévoilé partiellement sur chacun des réseaux
- ⦿ Mettre en place des outils de gestion cross-médias

Exercice : Scénario #1 décliner son message selon les réseaux sociaux choisis

Exercice : Scénario #2 : créer un message en plusieurs épisodes (un épisode par réseau social)

Les outils du Community manager

- ⦿ Organiser son rythme de publications
- ⦿ Exercice : créer la base d'un calendrier éditorial
- ⦿ Gérer les situations délicates
- ⦿ Exercice : répondre à un commentaire négatif
- ⦿ Chartes d'utilisation : pour les internautes mais aussi pour les administrateurs
- ⦿ Les KPI (indicateurs de performance) à analyser

Méthodes pédagogiques

- ⦿ L'intervenante alternera découverte des concepts liés aux réseaux sociaux, découverte des audiences et des conseils pédagogiques sur la bonne façon de communiquer.
- ⦿ Les exercices permettront notamment d'étudier un cas concret de publication, à adapter selon les règles et usages de chaque media social. Les stagiaires apprendront à utiliser le cross media et seront initiés à l'écriture de scénario vidéo, visant à mettre en scène le message de leur choix.
- ⦿ La formation Réseaux sociaux sera ponctuée d'études de cas, de bons conseils et d'exemples à s'approprier.