



Réseaux sociaux Facebook et Instagram débutant

Programme de formation

Avant Propos

AKYOS COMMUNICATION

5 rue de Mayence 21000 Dijon

Référence : D2.6-05 programme réseaux sociaux

Délais de réponse : sous 5 jours

Délais de réalisation : sous 1 mois (après validation du devis)

Me contacter : 03 80 10 23 57 – secretariat@akyos.com

Services pratiques : Accès handicapé.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Pour toute question relative à l'accessibilité des personnes en situation de handicap, veuillez nous consulter : 03 80 10 23 57 – formation@akyos.com

Transports en Commun : Accès handicapé, Arrêt de bus L3 ou F40 "Mayence", des lieux de restaurations pour le déjeuner sont situés autour de l'organisme de formation.

Objectifs

- Comprendre les usages professionnels de Facebook et Instagram.
- Paramétrer et sécuriser une page Facebook et un compte Instagram pro.
- Créer des contenus adaptés aux formats et aux publics.
- Analyser les résultats des publications.
- Optimiser sa stratégie de publication et de visibilité.

Personne concernées

Tout public

Pré-Requis

Admission sans disposition particulière.

Utilisation régulière d'un ordinateur, clavier et souris.

Savoir utiliser les principales fonctions de Windows (copier/coller, ranger des fichiers, lancer une application).

Être connecté à Internet.

Formation en présentiel ou en distanciel

Dans le cadre de notre programme de formation, nous proposons deux modalités d'apprentissage : en présentiel et en distanciel. Chaque format dispose de ses propres spécificités et exigences pédagogiques.

Formation en présentiel

La formation en présentiel se déroule dans nos locaux, dans une salle équipée pour assurer un apprentissage optimal.

Matériel et équipements

Chaque stagiaire est invité à prévoir :

- Nous mettons à disposition un ordinateur pour chaque stagiaire. Toutefois, les apprenants ont la possibilité d'utiliser leur propre matériel s'ils le souhaitent.
- Un cahier et un stylo pour la prise de notes

Notre salle de formation est équipée de :

- Un grand écran de projection pour les supports visuels
- Un espace de travail adapté pour favoriser les échanges et les exercices pratiques

Modalités pédagogiques

- Formation dispensée par un formateur en direct
- Supports pédagogiques fournis sous format papier et/ou numérique
- Possibilité d'interactions directes avec le formateur et les autres participants

Formation en distanciel

- Dans le cadre du suivi d'une formation à distance, certaines exigences pédagogiques et techniques doivent être respectées.

Accès à la plateforme et aux ressources

- Un lien d'accès à la plateforme de formation en ligne vous sera communiqué
- Mise à disposition des supports pédagogiques (PDF, Google Slides, etc.)
- Accès à une bibliothèque de ressources en ligne (articles, livres électroniques, études de cas)

Conditions techniques requises

Aucun support technique ne sera fourni aux apprenants en cas de dysfonctionnement de leur matériel. Il est donc essentiel de s'assurer en amont du bon état de fonctionnement des équipements suivants :

- Ordinateur en bon état de marche
- Connexion Internet stable et rapide
- Casque audio et microphone de bonne qualité

Webcam de bonne résolution pour une interaction optimale avec les formateurs

Méthode

Les formations sont ponctuées d'apports théoriques et pratiques.

Des exercices permettent d'appliquer concrètement les nouvelles compétences acquises sur le propre site de chaque stagiaire.

Programme : 7 heures

Introduction générale

- Qu'est-ce qu'un réseau social ?
- Le B-A-BA des réseaux sociaux
- Maîtriser le vocabulaire des réseaux sociaux
- Comprendre Meta
- Différence profil et page

Comment poster sur les réseaux sociaux

- Stratégie de contenu et engagement
- État des lieux
- Créer sa charte éditoriale
 - Les étapes d'une charte
 - Quels objectifs
 - Quelle cible
 - Quels types de parution
 - Quelle fréquence de parution ?

Identité visuelle

- Créer son identité visuelle
- Présentation d'un outil
- Exercice pratique

Faire une publication

- Planifier et programmer les publications
- Comment rédiger un post impactant ?
- Quel type de publication pour quel contenu ?
- Bonnes pratiques pour une rédaction efficace
- Exemples et exercice

Introduction à Facebook

- Présentation de Facebook
- Les caractéristiques principales de Facebook
- Page professionnelle
 - Créer sa page professionnelle
 - Comprendre l'interface de gestion de la page

Introduction : Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux et l'intégrer (1h)

Les réseaux sociaux

- Particularité des réseaux sociaux : communauté et viralité.
- Les différents réseaux sociaux et leur utilisation : Facebook, Instagram.

Les enjeux

- Histoire, nombre d'utilisateurs, fréquence d'utilisation, les différents usages
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie d'acquisition de trafic.

L'importance de la charte éditoriale (1h)

Créer une charte éditoriale

- Quels objectifs ?
- Quelles cibles ?
- Quels types de parution ?
- Quelle fréquence de parution ?
- Planifier les parutions et les programmer

Exercice pratique

- Réflexion sur la charte éditoriale de votre entreprise.

Facebook - Les bonnes pratiques de Facebook pour optimiser l'existant (2h)

Optimiser sa page professionnelle :

- Paramétrage de base : compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Création d'accueil visuel adapté aux mobiles et ordinateurs.

Créer un contenu de qualité

- Les différents formats de parutions : texte, image, vidéo, carrousel, questionnaire, jeux concours. Comment les utiliser et comment les sélectionner en fonction du message à délivrer.
- KPI, quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace ? vu, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité

La publicité sur Facebook (et Instagram qui ont la même régie)

Ciblage

- Les différents ciblage de l'audience : démographique, géographique, par affinité.
- La création d'audience personnalisée spécifique selon des centres d'intérêts ciblés.
- Établissement de cibles croisées.

Mise en place des publicités

- Utilisation de Facebook Business (création, partage du compte, formats spécifiques)
- Mesurer l'efficacité de ses parutions payantes (statistiques Facebook, Google et analytics) puis réajuster son audience

Instagram - Les bonnes pratiques d'Instagram pour optimiser l'existant (2h)

Transformer son compte en compte professionnel

- Paramétrage de base : compte d'utilisation (administrateur, éditeur, analyste)
- Compléter son flux Instagram.

Créer un mur de qualité

- Gérer ses parutions et ses légendes
- Qui suivre ? Qui taguer sur Instagram ?
- KPI, quels indicateurs suivre afin de savoir si une parution est efficace ?
- Vue, partage, commentaire, clic sur un bouton, ventes.
- Se fixer des objectifs réalistes et pertinents par rapport à son activité
- Les outils et applications pour performer sur Instagram

Canva et Outils (1h)

- Utilisation de l'outil de design Canva
- Images libres de droit et calendrier éditorial

Exercice pratique

- Création de deux posts (visuels et texte) sur Facebook ou Instagram

Évaluations

Dispositif de suivi de l'action

L'action de formation est sanctionnée par une feuille de présence signée par ½ journée et une attestation si besoin sera délivrée pour tous les participants (adressé à l'entreprise en fin de stage).

Dispositif d'évaluation des résultats

Évaluation des connaissances en fin de formation au travers de QCM et questions diverses.

Quatre formulaires d'évaluation de la formation

Avant la formation (positionnement), à la fin de la formation à chaud et trois mois après à froid. Au courant de l'année un dernier vous sera envoyé pour évaluer votre satisfaction pour la/les formation(s) effectuée(s) au sein de notre organisme.

CONCLUSION et QUESTIONS OUVERTES

Évaluation : QCM en fin de formation.

Prix :

Inter-entreprises 500 € / personne

Intra-entreprise 900€ / forfaitaire jusqu'à 4 personnes