
Développer son image et sa notoriété par le biais des réseaux sociaux

Objectifs pédagogiques

- Connaître et comprendre les enjeux et les opportunités des différents réseaux sociaux
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à la stratégie de votre organisation
- Gérer de façon autonome et efficace la communauté de vos pages et vos comptes sur les réseaux sociaux en fonction de votre stratégie marketing
- Améliorer l'efficacité de votre communication sur ces réseaux
- Trouver des idées concrètes pour animer vos pages et vos comptes

Public visé

Chef d'Entreprise, Responsable / Assistant marketing ou communication, Chef / Chargé de projet digital, Webmaster, Rédacteur Web, Responsable / Chargé du référencement, Community Manager

Prérequis

Connaissances : connaître l'environnement informatique et les outils classiques de bureautique, être à l'aise avec la navigation sur le web

Matériel : disposer d'un ordinateur portable et disposer des codes administrateurs des comptes existants sur les réseaux sociaux

Programme

Au-delà des effets de mode, quel outil est le plus utile à votre organisation ? Quelles sont les règles de communication pour chaque réseau ? Comment gagner en visibilité et tirer de réels bénéfices de votre présence sur les réseaux sociaux ?

■ **Introduction**

Présentation des principaux réseaux sociaux et de leur mode de fonctionnement

Distinguez les différents types de réseaux sociaux

Le vocabulaire

Focus sur les principaux réseaux sociaux en France

■ **Facebook**

Comprendre le phénomène Facebook

Ouvrir un compte entreprise sur Facebook

Les principaux réglages à connaître

Définir ses paramètres de confidentialité

Stratégie sur Facebook

- Quel type de contenu diffuser ?

- Les fans

- Animer sa communauté

- Ce qu'il ne faut surtout pas faire avec Facebook

- Savoir analyser les statistiques Facebook

Développer son image et sa notoriété par le biais des réseaux sociaux

Mettre en place des campagnes publicitaires sur Facebook :

- Définir une cible stratégique
- Réfléchir au budget
- Analyser les résultats

▪ **LinkedIn**

L'interface de travail

Les principaux réglages à connaître

Paramétrer son profil

Construire son réseau

- Notion de niveau de relation
- Critères pour accepter ou non les invitations reçues
- Utiliser le moteur de recherche

Animer au quotidien

- Gérer ses contacts et faire des envois collectifs
- Les groupes de discussion
- Animer son compte et interagir avec ses contacts

Mettre en place des campagnes publicitaires :

- Définir une cible stratégique
- Réfléchir au budget
- Analyser les résultats

▪ **Instagram**

La tendance Instagram

Objectifs et enjeux

Outils et fonctionnalités sur Instagram

- Les règles de publication sur Instagram
- Les outils de recherche
- Gérer sa communauté

▪ **Twitter**

Outils et fonctionnalités sur Twitter

Personnaliser son compte

Rédiger un tweet

Aller plus loin avec les hashtags

Gérer sa communauté

▪ **Éthique, bonnes pratiques, règles de bonne conduite**

Développer son image et sa notoriété par le biais des réseaux sociaux

Méthodes et supports pédagogiques

- Feuille d'émargement
- Attestation de présence
- Évaluation des compétences acquises

L'intervenant

Ophélie SUEUR, chargée de communication au sein de Absolem

Durée, date et lieu

Durée	Date	Lieu
1 jour (7h) – de 9h à 17h	16 juin 2020	Cité de l'Agriculture - Orléans

Coût de la formation

Tarif adhérent AREA	450,00€ HT (soit 540,00€ TTC) / personne
Tarif non adhérent AREA	550,00€ HT (soit 660,00€ TTC) / personne

- Frais de restauration offert
- Frais de déplacement et d'hébergement à la charge du stagiaire

Le +

- Un groupe de 12 participants maximum, tous professionnels de l'agroalimentaire afin de partager des expériences et des préoccupations concrètes.



- Formation accessible aux personnes à mobilité réduite