

## C21-2-14 Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux et appliquer à votre entreprise

|                           |   |
|---------------------------|---|
| PUBLIC                    | Porteurs de projet de création / reprise d'entreprise<br>Entrepreneurs<br>Etudiants   |
| PRE-REQUIS                | Pas de pré-requis   |
| DUREE                     | 14h   |
| NB DE PARTICIPANTS        | 5 minimum 15 maximum  |
| CONDITION D'ACCESSIBILITE | Locaux accessibles aux personnes en situation de handicap   |
| TARIF                     | 490€ nets de taxe (possibilité de financement avec le CPF)  |
| DELAI D'ACCES             | Calendrier trimestriel  |
| OBJECTIFS                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer la notoriété de son business à travers les réseaux sociaux (Facebook - LinkedIn – Instagram) grâce à une stratégie de communication efficiente</li> <li>- Déployer une stratégie de communication digitale efficiente</li> <li>- Développer la notoriété de son entreprise à travers Facebook, LinkedIn et Instagram</li> <li>- Fidéliser sa communauté autour de sa marque et/ou de son entreprise.</li> <li>- Créer votre présence sur les réseaux sociaux</li> </ul>   |
| CONTENUS                  | <p style="text-align: center;"><b>INTRODUCTION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonctionnalités et spécificités des 3 plateformes : Facebook-Instagram-LinkedIn</li> <li>- Les pièges à éviter</li> <li>- Les bases : pourquoi et comment communiquer sur les réseaux</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Partie 1 : Facebook</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se positionner en tant que professionnel sur Facebook : créer une page professionnelle Facebook</li> <li>- Les outils de Facebook à connaître : <ul style="list-style-type: none"> <li>*les événements Facebook : création et animation ;</li> <li>*messenger : entrer en contact avec ses prospects ;</li> <li>*Facebook live : pourquoi et comment ?</li> <li>*les groupes privés : un atout vente supplémentaire... Animer et modérer ;</li> <li>*les boutiques Facebook : mettre en valeur ses produits et conclure des ventes</li> <li>*Business manager : gérer ses comptes et créer ses premières campagnes publicitaires</li> <li>*les statistiques (KPIs): les connaître et mettre en place ses tableaux de pilotage</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Partie 2 : Instagram</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se positionner en tant que professionnel sur Instagram</li> <li>- Les outils à utiliser : <ul style="list-style-type: none"> <li>*IG TV : pourquoi et comment ?</li> <li>*les hashtags ou comment améliorer la viralité de ses posts</li> <li>*les stories : quel contenu ?</li> </ul> </li> </ul> |

|                        |   |
|------------------------|---|
|                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Business Manager : créer ses 1ères campagnes publicitaires Instagram</li> <li>*les statistiques : les connaître et les exploiter</li> <li>- Connaître les techniques quotidiennes permettant d'augmenter sa communauté et son engagement</li> <li>- Identifier les influenceurs et micro-influenceurs en lien avec son domaine d'activité</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Partie 3 : LinkedIn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soigner la partie visuelle de son profil</li> <li>- Optimiser son profil</li> <li>- Être actif sur LinkedIn : visiter et inviter des profils</li> <li>- Au quotidien, sur LinkedIn... les bonnes habitudes !</li> <li>- Comment publier ?</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Partie 4 : Mise en application</b></p> |
| METHODES MOBILISEES    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exercices individuels et en groupe tout au long des 2 journées</li> <li>- création de la présence sur les réseaux sociaux adaptés</li> <li>- Évaluation de la formation par les stagiaires</li> <li>- Feuille d'émargement (ou relevé de connexion) par ½ journée et attestation de fin de formation</li> </ul>  |
| MODALITES D'EVALUATION | QCM en fin de formation   |
| INTERVENANT            | V. CAURRAZE, gérante de l'agence de communication digitale Clic and Like  |