


GÉRER LA COMMUNICATION DIGITALE D'UNE ENTREPRISE DE FAÇON EFFICIENTE VIA LES RESEAUX SOCIAUX

CPF

-  **37 heures (5 jours)**
-  **à distance**
-  **Délai d'accès : 3 jours**
-  **1.900 net /Apprenant**
-  **Formation accessible sur demande**
-  **Elearning et tutorat**
-  **Certifiant**





PROGRAMME

On ne naît pas expert de la communication digitale, on le devient ! Prendre des responsabilités dans le domaine de la communication digitale, ça se prépare !

Notre formation certifiante en communication digitale professionnelle a pour objectif de préparer de façon opérationnelle les participants à leur mission de communication digitale en développant des compétences clés et fondamentales, à savoir la compréhension d'une stratégie digitale afin d'utiliser les réseaux sociaux en mode professionnel, la rédaction de contenus optimisés pour les réseaux sociaux, l'animation et la modération des échanges sur les réseaux sociaux, y compris la compréhension de l'utilisation du canal email dans le cadre du Webmarketing.

Cette formation, 100% accessible en ligne, permet à chaque apprenant de travailler et d'avancer à son rythme. Elle est doublée d'un accompagnement tutoral par des formateurs experts en communication digitale et stratégie social media, ce qui fera le succès de son projet ! Un planning tutoral individuel adapté est défini au démarrage du parcours de la formation. Ces 5 rendez-vous individuels (2 heures par rendez-vous) sont organisées par visioconférence et offre à l'apprenant de pouvoir échanger librement avec le formateur expert, s'entraîner à des situations professionnelles et faire des simulations en vue de se préparer à la certification.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

-  Savoir utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise,
-  Mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives, afin de créer un contenu optimal permettant de croître la visibilité de l'entreprise accessible à tous,
-  D'élaborer un plan social media en créant sa ligne éditoriale, à partir de différents thématiques de publications afin de répondre à la demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés,
-  De créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux

- 🎯 D'optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficace sa communication sur les réseaux sociaux
- 🎯 D'animer le compte social professionnel à travers de la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise
- 🎯 De créer une campagne sponsorisée en définissant son objectif, l'audience visée et le message à transmettre afin d'améliorer le résultat de la campagne

PROFIL DES BÉNÉFICIAIRES

Pour qui ?

- Toute personne en charge (ou en devenir) de missions en communication digitale au sein de son entreprise
- Toute personne ayant le souhait de se reconvertir vers des métiers de la communication digitale et ou media social
- Entrepreneurs qui souhaitent comprendre comment intégrer efficacement la communication digitale, les réseaux sociaux et l'email marketing dans leur stratégie globale.

Pré-requis

- Aucun

CONTENU DE LA FORMATION

● Définir la stratégie digitale pour une bonne utilisation des réseaux sociaux

Comprendre le marketing digital avec un schéma

Le digital funnel marketing

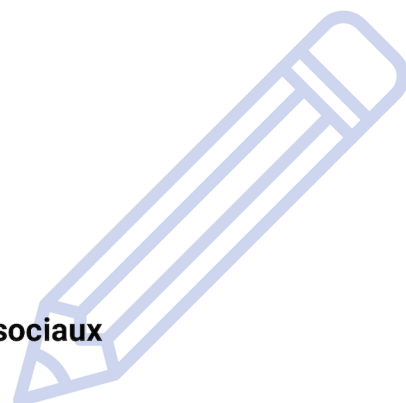
Créer sa stratégie social média

Modèle de plan d'action Marketing

Modèle de mapping parcours client

Mapper le parcours client pour mieux comprendre ses utilisateurs

Cas pratique - réalisez votre propre stratégie de marketing digital



● **Découvrir les réseaux sociaux en mode professionnel**

Introduction et chiffres clés

La place des réseaux sociaux dans le digital marketing funnel

La théorie des 5 poignées de main

Le social selling : vendre avec les réseaux sociaux

Baromètre social selling

Tendances social média Hubspot 2022

Focus : LinkedIn, le réseau social B2B de référence

Automatiser ses actions sur LinkedIn avec Walaaxy

Focus : Instagram et les vidéos verticales (reels) avec Capcut

Utiliser Canva et créer du contenu pour les réseaux sociaux

Appréhendez la Meta Business et programmez vos contenus pour gagner du temps

Découvrir les fonctionnalités de la Méta Business Suite

Réalisez vos premières publicités avec Meta Ads

Influenceurs et partenariats de marque

Mesurez vos performances sur les réseaux sociaux

Modèle de tableau de reporting gratuit

Étude de cas

● **Rédiger du contenu optimisé pour les réseaux sociaux**

Créer sa stratégie éditoriale pour développer une marque forte

Modèle de stratégie éditoriale

Le copywriting : écrire pour convaincre et pour vendre

Copywriting - Présentation

Le guide du copywriting - Livre

Web et réseaux sociaux : les contenus rédactionnels à connaître

Contenus rédactionnels - Présentation

Organiser sa production et sa diffusion de contenu avec un planning éditorial

Votre modèle de planning éditorial offert

Certification gratuite Hubspot

- **Animer et modérer les échanges quotidiens sur les réseaux sociaux**

 - Veille et gestion de la e-réputation

 - Modérer et animer une page

 - Automatiser la messagerie

 - Google My Business

 - Stories FB et Instagram

 - X (ex-Twitter)`

- **Mettre en place un canal email**

 - L'email : pilier du e-commerce et du webmarketing

 - Rapport Radicati emails

 - Les différents types d'emails et les KPIs associés

 - KPIs emails par secteur

 - Organiser sa diffusion d'emails, découvrir le cold mailing

 - Découvrir MailerLite : un outil simple et gratuit pour envoyer vos email

 - RGPD : le cadre légal européen en matière de protection des données

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Christine Simon est la responsable pédagogique et la référente handicap de la structure. Elle dispose de plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de la formation professionnelle continue et forme dans différents domaines, dont plus de dix ans en Webmarketing et Communication. Cheffe d'orchestre de l'organisme, elle s'assure de la bonne mise en œuvre de chacune des formations proposées à ses clients.

Les formatrices et formateurs de l'organisme sont des professionnels du domaine sur lequel ils interviennent (des professionnels au service des professionnels). Sur cette formation, ils sont experts dans le domaine du Webmarketing, de la Communication et des réseaux sociaux.

SUIVI DE L'EXÉCUTION ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- ✓ Pré évaluation d'entrée et test de sortie (évaluation - des compétences acquises)
- ✓ Feuilles de présence
- ✓ Quiz après chaque partie de la formation afin d'assurer aux participants de consolider leurs connaissances et d'identifier les domaines qui nécessiteraient une révision.
- ✓ Quiz final pour évaluer de manière globale la compréhension et la maîtrise des participants sur les concepts clés et les compétences enseignées tout au long du cours.
- ✓ Soutenance orale
- ✓ Certification professionnelle

RESSOURCES TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- 📁 Contenu multimédia varié, intégrant des vidéos, des fiches récapitulatives, et des quiz interactifs après chaque partie pour évaluer la compréhension des participants
- 📁 Exercices et études de cas pour favoriser l'apprentissage pratique et ses corrections
- 📁 Des schémas et modèles, cas pratiques et des études de cas, présentations et chiffres clés, des focus sur des plateformes spécifiques comme LinkedIn et Instagram, des outils en ligne tels que Walaaxy, Capcut...
- 📁 Évaluation finale sous forme de quiz ou d'étude de cas pour mesurer la compréhension globale.
- 📁 Plateforme e-learning interactive avec une interface conviviale.
- 📁 Possibilité pour les apprenants de revenir en arrière, de marquer leur progression, et d'interagir avec le contenu.
- 📁 Module de conclusion résumant les points clés du cours.
- 📁 Accompagnement tutoral individuel de 10 heures en visioconférence planifié au lancement de la formation

Résultats attendus à l'issue de la formation

- ▶ Cette formation vous prépare à la certification professionnelle « Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux », certificat professionnel enregistré auprès du répertoire spécifique N°RS6240 par ALLOKOM.

Modalité d'obtention

- ▶ Validation des compétences sur plateforme tout au long de la formation.
- Validation des acquis avec le formateur tout au long du parcours de formation
- Mises en situation professionnelle

L'évaluation finale se réalise sous forme de soutenance orale d'une mission de communication digitale menée sur un cas réel ou fictif.

Les épreuves d'évaluation se déroulent à distance.

Détails sur la certification

- ▶ La formation prépare à la certification professionnelle détenue par ALLOKOM intitulée "Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux" enregistrée le 25-01-2023 sous le numéro RS6240 au Répertoire Spécifique de France Compétences.

ACCESSIBILITÉ

Formation aménageable sur demande à un public en situation de handicap.
Pour toutes demandes, merci de nous adresser un mail à hello@lespratiques.fr.

Pour toutes demandes, merci de nous contacter directement.



Référentiel de compétences RS6240



COMPÉTENCES ATTESTÉES

- **C1** : Utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise.
- **C2** : Mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives, afin de créer un contenu optimal permettant de croître la visibilité de l'entreprise accessible à tous.
- **C3** : Elaborer un plan social media en créant sa ligne éditoriale, à partir de différents thématiques de publications afin de répondre à la demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés.
- **C4** : Créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux.
- **C5** : Optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficace sa communication sur les réseaux sociaux.
- **C6** : Animer le compte social professionnel à travers de la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise.
- **C7** : Créer une campagne sponsorisée en définissant son objectif, l'audience visée et le message à transmettre afin d'améliorer le résultat de la campagne.