

## Formation RESEAUX SOCIAUX

*Savoir gérer la communication d'entreprise sur les réseaux sociaux*

**Durée:** 14.00 heures ( jours)

### Profils des stagiaires

- TOUT PUBLIC

### Prérequis

- AUCUN

### Objectifs pédagogiques

- Apprendre à utiliser efficacement les réseaux sociaux pour communiquer
- Savoir créer un profil professionnel ou d'entreprise
- Conception d'un plan de communication
- Savoir comment animer une communauté
- Gérer une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux
- Apprendre à mesurer l'impact de ses actions de communication

### Contenu de la formation

- Bilan de niveau
  - Evaluation du niveau
- Stratégies de communication sur les réseaux sociaux
  - Elaborer sa stratégie digitale : E-réputation, construction d'un plan de communication, choix des médias et réseaux sociaux, ton de communication, usages des réseaux sociaux
  - Blogs, wikis : les différents usages pour l'entreprise
  - Panorama des réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Snapchat, TikTok...
- Utiliser les réseaux et les médias sociaux
  - Twitter : • Fonctionnalités et usages ; • Intérêt pour une entreprise ; • Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...
  - Facebook : • Les différents formats (profil, page, groupe) ; • La publicité sur Facebook ; • Quelle utilisation des pages business par les marques.
  - Instagram : • Fonctionnement et spécificités ; • Créer une publication efficace et choisir ses hashtags ; • Quelle utilisation par les entreprises ?
  - La vidéo en direct : • Twitter (Périscope), Facebook Live, YouTube Live,...
  - LinkedIn et Slideshare : • Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ? ; • Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel ; • Intérêt et usages par les entreprises.
  - • Picture marketing : • communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat.
  - • Chaîne YouTube : • quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?
- Mise en place et évaluation des actions de communication digitale
  - Choix de communication publicitaire : objectifs, audience, budget, suivi opérationnel
  - Evaluation de l'impact des actions de communication digitale : Métriques (like, share, impressions, followers...), ROE et ROI, Social Media Management Systems, Automatisation du reporting

### Organisation de la formation

# ABD FORMATIONS CAPCOURS

12 avenue des prés  
78180 MONTIGNY LE BRETONNEUX  
Email: [contact@capcours.fr](mailto:contact@capcours.fr)  
Tel: +33973322256



## Equipe pédagogique

Intervenants qualifiés et expérimentés dans le domaine de la formation professionnelle.

## Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports de formation

## Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.