

FORMATION CREER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION SOCIAL MEDIA (Réseaux sociaux)

Vous souhaitez communiquer sur les réseaux sociaux pour faire connaître votre activité, développer votre image de marque, toucher le plus grand nombre ou encore générer des leads pour votre force de vente ?

Dans ce cas il est nécessaire de débiter en mettant en place une stratégie de communication social média (sur les réseaux sociaux).

Quel réseau social sélectionner pour votre développement ?

Comment communiquent vos concurrents ?

Comment vous positionner en social media ?

Quelles actions effectuer et comment vous organiser ?

Vous retrouverez toutes les réponses à vos questions grâce à cette formation !

Organisation de la formation

Durée : 14.00 heures (2.00 jours) dont 14.00 heures en présentiel

Horaires habituels de Formation (au choix selon la localisation) :

De 08h30 à 12h00 & de 13h00 à 16h30

Ou de 09h00 à 12h30 & de 13h30 à 17h00.

Type d'action : Action de formation

Type de compétence visée : Transverse

Catégorie du thème de formation : Marketing / Communication

Prix : 1400.00€ par client pour les formations individuelles ou collectives dans la même entreprise, en intra entreprise (dans les locaux de l'entreprise).

700€ par apprenant pour les formations collectives, en inter-entreprise (en salle de formation).

Toutes nos formations sont exonérées de TVA

VI Créé en : Décembre 2022 - **Dernière mise à jour en :** 02/2023

Profils des apprenants

- Entrepreneurs et Dirigeants d'entreprises
- Tous salariés exerçant un poste en lien avec le marketing et/ou la vente.

Prérequis

- Comprendre et parler Français
- Disposer d'un ordinateur connecté et/ou un smartphone connecté
- Modalités de validation des prérequis : Les prérequis sont validés par un entretien téléphonique préalable à la formation entre le stagiaire et le formateur visé par la formatrice Claudia Fabre
- Modalités d'admission : 92005 - Admission après entretien

Accessibilité et délais d'accès

Format de la formation : Présentielle

Organisation : Inter-entreprise, Intra-entreprise, Individuel ou collective

La formation pouvant avoir lieu chez le client et/ou dans l'une de nos salles de formation, les modalités d'accès seront précisées ultérieurement selon l'organisation choisie. Si la formation a lieu dans l'une de nos salles, un livret d'accueil sera remis détaillant les modalités d'accueil.

Accès possible à la formation dans un délai de 7 jours postérieure à la signature de la convention de formation et/ou de 15 jours postérieure à la signature d'un contrat de formation permettant le respect du délai de rétractation du client particulier.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Si vous êtes en situation de handicap et que vous voulez suivre cette formation, merci de contacter notre référent handicap, Mme Ghislaine QUADRI, joignable par mail à l'adresse ghislaine.quadri@gq1rh.fr. Selon la nature de votre handicap, le référent déterminera les conditions d'accessibilité à la formation et l'adaptation des moyens de la prestation dont l'accessibilité des ressources et/ou la présence de supports spécifiques.

Le référent pourra également vous orienter vers un partenaire capable de proposer une ingénierie de formation compatible avec la nature de votre handicap. Vous pouvez télécharger notre guide handicap à ce sujet.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de satisfaction général : NC

Taux de recommandation : NC

Taux d'accomplissement : NC

Les indicateurs sont mis à jour trimestriellement. « NC » signifie « Non Communiqué » lorsque le programme n'a pas encore fait l'objet de formations permettant le calcul des indicateurs

Objectifs et compétences visées

Objectif général : Perfectionnement, élargissement des compétences

Objectif professionnel global de la formation : A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de créer sa stratégie de communication social media en choisissant le bon canal de communication adapté à son activité, et d'organiser ses actions de communication.

Modalités d'évaluation

Dispositifs d'évaluation avant la formation	Dispositifs d'évaluation pendant la formation	Dispositif d'évaluation des acquis à la fin de la formation	Dispositif d'évaluation de la satisfaction à la fin de la formation
> Test de positionnement du stagiaire.	> QCM pour la théorie > Contrôle continu pour la pratique (étude de cas réel, jeux de rôle, exercices pratiques par le WB de travail)	> Test de positionnement fin de formation > Evaluation des acquis par le formateur	> Questionnaire de satisfaction à chaud > Questionnaire de satisfaction à froid (J+30 fin de formation)
Modalités correctives en cas de non atteinte des objectifs			
Une procédure de rattrapage est systématiquement prévue en cas de résultats non satisfaisant aux évaluations ainsi qu'un accompagnement personnalisé pour aider le stagiaire à atteindre l'objectif de formation. Des modalités évaluatives complémentaires peuvent alors être déployées pour aider le stagiaire en complément des évaluations visées au présent programme.			

Equipe pédagogique

Claudia Belliau Fabre, 06 69 11 79 93 – cfabre@revlconsulting.com

Consultante Externe et Formatrice Professionnelle.

Diplômée en marketing & commercial.

Expérience de plus de 12 ans en pilotage et développement commercial/vente dans le secteur du recrutement/management en BtoB.

Gestion des équipes de 40 à 60 personnes.

Accompagnement Le formateur prévoit des temps d'accompagnement individuels afin de s'adapter aux besoins des participants. Une séquence introductive synchrone est systématique.

Moyens pédagogiques et techniques

- **Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation ou chez le client**
- **Méthodes et moyens pédagogiques :**
 - Exposé
 - Cas pratique
 - Démonstration
 - Activité
 - Documents supports de formation projetés
 - QCM
- **Ressources pédagogiques**
 - Programme de formation
 - Support de cours et mise à disposition en ligne
 - Fiche d'évaluation continue des acquis pour le formateur (Evaluation)
 - WB de travail
- **Moyens techniques**
 - Outil de projection et/ou de diffusion (TV, Vidéoprojecteur ou partage d'écran)
 - Ordinateur / Smartphone
 - Salle virtuelle

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

- Feuilles d'émargement.
- Evaluations réalisées.
- Formulaire d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Parcours pédagogique, Formation « Créer sa stratégie de communication social media »

Objectifs pédagogiques

- Définir son audience
- Construire son PERSONA principal
- Comprendre les réseaux sociaux
- Sélectionner son réseau social prioritaire
- Construire une image de marque forte
- Créer son plan de communication social media

Contenu de la formation

MODULE 0 : Séquence d'introduction

- **Durée de la séquence : 1 heure**
- **Modalité de la séquence : présentielle**
- - **Séance 1 :** Présentation de la formation et de son organisation
 - **Séance 2 :** Présentation du/des formateur(s)
 - **Séance 3 :** Présentation des documents légaux et Q/R
 - **Séance 4 :** Présentation de la plateforme digitale
 - **Séance 5 :** Présentation des aides (Supports, Formateurs, Pédagogies,...)
 - **Séance 6 :** Test de positionnement du/des stagiaire(s)

MODULE 1 DEFINIR ET COMPRENDRE SA CIBLE CLIENT

- **Durée du module :** 3 heures
- **Nombre de séquences :** 2
- **Objectif du module :** A l'issue du module, le stagiaire sera capable de définir son audience et d'établir un profil complet de sa niche client.
- **Modalité d'évaluation :** QCM système Rév'L et validation de travaux pratiques

• **SEQUENCE 1 : Définir son audience**

Durée de la séquence : 1 heure

Modalité de la séquence : présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de définir les profils de son audience adaptée à son activité.

- **Séance 1 :** Définir sa cible clients prioritaire
- **Séance 2 :** Créer un listing des contacts pouvant intégrer l'audience
- **Séance 3 :** Créer son fichier récapitulatif de l'audience

• **SEQUENCE 2 : Construire son PERSONA principal**

Durée de la séquence : 2.0 heures

Modalité de la séquence : présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de créer sa fiche persona pour comprendre les besoins et problématiques de sa niche client.

- **Séance 1 :** Comprendre ce qu'est un PERSONA et pourquoi l'établir
- **Séance 2 :** Détecter les besoins du PERSONA par rapport à ses problématiques
- **Séance 3 :** Créer sa fiche PERSONA complète avec son histoire et valider son PERSONA

MODULE 2 SELECTIONNER LA PLATEFORME SOCIAL MEDIA (RESEAUX SOCIAUX) ADAPTEE A SA CIBLE

- **Durée du module** : 3 heures
- **Nombre de séquences** : 2
- **Objectif du module** : A l'issue du module, le stagiaire sera capable de choisir le réseau social le plus adapté à son activité et à sa cible client.
- **Modalité d'évaluation** : QCM système Rév'L et validation de travaux pratiques

• SEQUENCE 1 : Comprendre les réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn

Durée de la séquence : 2.0 heures

Modalité de la séquence : Présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux LinkedIn, Facebook et Instagram

- **Séance 1** : Introduction aux réseaux sociaux
- **Séance 2** : Connaître les chiffres clés des réseaux sociaux et ses utilisateurs
- **Séance 3** : Se familiariser par la navigation avec les différents réseaux sociaux

• SEQUENCE 2 : Sélectionner son réseau social prioritaire

Durée de la séquence : 1 heure

Modalité de la séquence : Présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de choisir le réseau social le plus adapté à son activité et à sa culture d'entreprise.

- **Séance 1** : Détecter sur quel réseau social est sa niche client
- **Séance 2** : Rechercher où sont ses partenaires et ses prescripteurs
- **Séance 3** : Récolter les données et sélectionner son réseau social

MODULE 3 ORGANISER SA COMMUNICATION EN FONCTION DE SON IMAGE DE MARQUE

- **Durée du module** : 7.0 heures
- **Nombre de séquences** : 2
- **Objectif du module** : A l'issue du module, le stagiaire sera capable de construire les contours de son image de marque ainsi que son plan de communication social media avec le message le plus adaptée à sa cible.
- **Modalité d'évaluation** : Modalité d'évaluation : QCM système Rév'L et validation de travaux pratiques

• SEQUENCE 1 : Construire une image de marque forte

Durée de la séquence : 3.5 heures

Modalité de la séquence : Présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de construire sa plateforme des marques et de positionner son activité sur les réseaux sociaux par rapport à la concurrence.

- **Séance 1** : Construire sa plateforme des marques
- **Séance 2** : Etudier la concurrence sur les réseaux sociaux
- **Séance 3** : Rédiger son positionnement de sa marque sur les réseaux sociaux

• SEQUENCE 2 : Créer son plan de communication social media

Durée de la séquence : 3.5 heures

Modalité de la séquence : Présentielle

Objectif pédagogique : A l'issue de la séquence, le stagiaire sera capable de créer son plan de communication social media avec du contenu à forte valeur ajoutée pour son audience.

- **Séance 1** : Préparer son tableau de contenus de thématiques
- **Séance 2** : Organiser son planning de communication
- **Séance 3** : Créer son plan d'actions de communication social media