

PROGRAMME DE FORMATION



COMMUNIQUER SUR LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

OBJECTIF(S) DE LA FORMATION:

Etre capable de communiquer selon le réseau social utilisé.



PUBLIC:

Toute personne désirant optimiser sa communication sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et Google My Business.

PRÉREQUIS:

Savoir naviguer sur internet et utiliser un ordinateur.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES: Connaître les différences entre Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et Google My Business, déterminer ses cibles et adapter sa communication à ses cibles en choisissant le réseau social adapté.



MOYENS & MÉTHODES:

Méthode : Exposés, documents supports, échanges, cas concret et mise en pratique

Documents relatifs à la formation, supports mémo: Communiquer sur les principaux réseaux sociaux

MODALITÉS D'ÉVALUATION:

- Évaluation standard stagiaires : Les stagiaires évaluent l'atteinte des objectifs pédagogiques en fin de formation. Cette évaluation utilise un questionnaire et dure environ 5 mn.
- Évaluation régulière par la mise en pratique permanente sur leurs réseaux sociaux. Chaque étape est validée par la mise en pratique sur l'outil, l'analyse du travail réalisé, la correction par le stagiaire et la validation ensuite ensemble de ce travail.

SANCTION DE LA FORMATION: Certificat de réalisation



DURÉE & MODALITÉS D'ORGANISATION: 1 journée soit 7 heures. A adapter en fonction des compétences à acquérir.

DÉLAI D'ACCÈS: Selon le calendrier en cours, merci de prendre contact avec nos services.



NOMBRE DE PARTICIPANT(E)S MINIMUM ET MAXIMUM: de 2 personnes minimum à 10 personnes maximum

INTERVENANT(E)S:

Expert(e)s métiers du domaine professionnel



DATES:

À définir



COMMUNIQUER SUR LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

LIEU:

À définir

COÛT:

Nous contacter



CONTENU :

Optimiser son impact en communication

- Découvrir le client (empathie, données, observation ...)
- Comprendre l'importance de l' « utilisateur »
- Argumenter en « avantage client » et utiliser les « mots clés client »
- Bâtir des persona
- Déterminer quelle cible travailler selon le réseau social

Connaître l'impact des images et vidéos sur l'utilisateur (statistiques)

- Utiliser le Picture marketing et le Storytelling comme levier d'engagement

Connaître les différences entre les principaux réseaux sociaux

- Déterminer les cibles de Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et Google Maps
- Connaître les posts les plus performants en fonction du réseau social
- Connaître le rythme de parution à avoir selon le réseau social

Optimiser ses réseaux sociaux afin d'augmenter sa visibilité

- Remplir les données de son entreprise selon chaque réseau social
- Utiliser les différents types de messages
- Créer des posts et définir son planning de parution
- Obtenir des avis et y répondre
- Fixer des objectifs, suivre ses résultats et corriger ses actions

Communiquer sur chaque réseau social

- Déterminer un message et l'adapter en fonction de sa cible
- Publier une information sur chaque réseau social selon sa cible



ACCESSIBILITÉ:

Accessibilité aux personnes en situation de handicap conformément à la réglementation (Loi du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées / Articles D. 5211-1 et suivants du code du travail), KODEVELOP peut proposer des aménagements pédagogiques et/ou ergonomiques. Merci de contacter notre référente handicap.

CONTACTS:

Accueil : 05 86 30 08 32 - contact@kodevelop.fr

Responsable de formation et référente handicap : Karine FARINEAU - 06 14 83 90 17 - karine@kodevelop.fr