



LE CAMPUS
By CCI Nièvre

FORMATION & ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

DURÉE ET DATES

1 JOUR - 7 HEURES

FORMATION SUR
MESURE

> DATES A DÉTERMINER

...

BUREAUTIQUE INFORMATIQUE DIGITAL



S'INITIER AUX RÉSEAUX SOCIAUX PAR LA PRATIQUE



Contact Inscriptions

Catherine
Guyon

06.64.19.28.27
c.guyon@nievre.cci.fr

TARIFS

Sur mesure

NOUS CONSULTER

Le Campus by CCI Nièvre
74, Rue Faidherbe - 58000 NEVERS
E-mail : formation@nievre.cci.fr
Site Internet : nievre.cci.fr



S'INITIER AUX RÉSEAUX SOCIAUX PAR LA PRATIQUE

PUBLIC

Toute personne souhaitant appréhender les contours de la communication sur les plateformes communautaires

Chefs d'entreprises, salariés en charge de la communication de l'entreprise.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis particulier

OBJECTIFS / OPÉRATIONNELS

Identifier et sélectionner les réseaux sociaux appropriés à son activité et à ses objectifs

Acquérir une bonne pratique des réseaux sociaux

Communiquer efficacement sur ces réseaux

PROGRAMME

Présentation des objectifs de la journée

- tour de table
- se présenter et connaître les attentes de chacun
- identifier le niveau de connaissance et de pratique des réseaux sociaux

Atelier : Les réseaux sociaux ?

- Chacun donne son avis sur les réseaux qu'il/elle connaît : ce qu'il/elle en sait, ce qu'il/elle en pense
- Synthèse des avis
- Élaboration d'une première définition d'un réseau social

Première approche des réseaux sociaux :

- La place des réseaux sociaux dans la communication digitale : le concept de multicanal
- Panorama des réseaux sociaux dans le monde : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Viadeo
- Les différentes typologies d'utilisateurs

Atelier : quels usages pour une entreprise ?

- Objectifs :
 - Distinguer usage individuel de l'usage professionnel
 - Définir des objectifs marketing
 - Choisir le/les réseaux sociaux adaptés aux besoins
- Première approche de la notion de communauté et des interactions de l'entreprise avec sa communauté.
- Le community manager, rôle et actions

MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Cas pratiques, Alternance entre apports théoriques et exercices d'application

Réflexions et échanges d'expériences

Un support de cours est remis au stagiaire.

ANIMATEUR

Cette formation est assurée par un spécialiste du domaine avec une expérience significative en entreprise et de pédagogie en formation

Nos formateurs sont sélectionnés et référencés selon un processus Qualité

SUIVI ET ÉVALUATION

Une attestation d'assiduité, une copie de la feuille d'émargement, un questionnaire de satisfaction ainsi qu'un questionnaire d'auto-évaluation pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation sont remis aux stagiaires en fin de journée.

Première approche de Facebook

- Présentation de l'entreprise
 - 1er réseau social mondial : 2 milliards de comptes, 40 millions en France, dont 30 actifs sur mobile
 - L'écosystème Facebook : Messenger, Instagram, Whatsapp
- Distinguer profil/page/groupe
- Pratique

Les principaux outils marketing de Facebook

- Les statistiques :
 - évaluer les performances de mes publications
 - mieux connaître mon auditoire
- La publicité :
 - ciblage
 - coût