

## OBJECTIF(S)

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les outils pertinents pour son activité
- Définir sa stratégie réseaux à des fins commerciales et marketing
- Mettre en place un profil et ouvrir une page professionnelle

## DUREE

2 jours – 14 heures  
09h15–13h / 14h–17h15

## TARIF NET DE TVA

Tarif TNS  
Nous contacter

Tarif public  
490 euros

## EFFECTIF

Présentiel  
Min 5 – Max 12 personnes

## LIEU DE FORMATION

CMA 78  
19 avenue du Général  
Mangin  
78000 Versailles

## CONTACT

Service Formation  
LAURENT Amélie  
01.39.43.43.45

[formation.78@cma-idf.fr](mailto:formation.78@cma-idf.fr)  
<https://www.apprentissage-formation-cma78.fr/Site web>

## PROGRAMME

### Comprendre les spécificités des réseaux sociaux

- Comprendre les particularités et fonctionnalités des différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest, LinkedIn...)
- Comparer les comportements spécifiques aux différents médias sociaux
- Définir son audience selon les médias (B2B, B2C).
- Déterminer les formats de publication

### Définir une stratégie de communication claire et organisée

- Définir les objectifs de l'entreprise (auto-diagnostic et analyse concurrentielle)
- Analyser le comportement de ses cibles sur les réseaux sociaux.
- Identifier son public cible avec les personas
- Choisir les médias adaptés à ses objectifs et à ses moyens.
- Stratégie de contenu : type de contenu, canaux de diffusion, calendrier éditorial

### Créer du contenu professionnel et engageant

- Raconter l'histoire de son entreprise avec le storytelling et utiliser le Social selling
- Connaître les différents contenus Facebook et savoir publier
- Connaître les fonctionnalités d'Instagram et savoir publier
- Comprendre les fonctionnalités de LinkedIn et bien publier sur ce réseau B2B
- Assurer sa veille avec Twitter
- Créer des visuels pour ses publications

### Configurer, mesurer, analyser, et ajuster sa stratégie

- Découvrir, configurer les outils de gestion incontournables des médias sociaux.
- Déterminer les indicateurs de performance à analyser et configurer des rapports personnalisés.
- Créer une veille de marque pour suivre sa réputation
- Conduire des actions pour augmenter l'engagement, fidéliser et convertir son audience

### Booster sa visibilité avec la publicité en ligne

- Comprendre l'intérêt de la publicité en ligne et définir sa cible
- Intégrer le pixel Facebook
- Utiliser la plateforme publicitaire Facebook Business
- Créer une campagne publicitaire
- Comprendre les indicateurs de performances et analyser ses résultats.

## PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi.

## PRE-REQUIS

Être initié à l'informatique et à Internet

## METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques.  
Un poste informatique mis à disposition par participant.

## ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation

## PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine

## SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation  
Questionnaire de satisfaction.