

Réseaux Sociaux 360

Public visé :

Tout public

Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Modalités et délais d'accès à la formation :

À la suite de la préinscription du candidat à la formation, puis à l'acceptation conjointe par contractualisation, il existe un délai moyen de mise en œuvre estimé à 30 jours calendaires.



Nous contacter 30 jours avant afin d'organiser au mieux la formation

Durée :

23 heures

Rythme :

Discontinue sur une période de 3 mois. Vidéos accessibles pendant 12 mois

Format :

E-learning

Tarif 2022 :

2 000 € HT soit 2 400 € TTC

Objectif général de la formation :

- Maîtriser les principaux réseaux sociaux dans le cadre professionnel

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Maîtriser les fondamentaux du métier de Community Manager
- Appréhender la base des réseaux sociaux
- Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire son projet social media
- Mettre en place une stratégie Social Média
- Maîtriser Pinterest Ads
- Maîtriser TikTok Ads
- Maîtriser SnapChat Ads

Contact :

Kamar Belli

Mobile : 07 80 91 22 79

Mail : administratif@voltaireformations.com

Programme de la formation :

Module 1 : Les fondamentaux du métier de Community Manager

- Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux
 - o L'histoire des réseaux sociaux
 - o Les tendances 2021- partie 1 / les chiffres clés
 - o Les tendances 2021- partie 2 / les chiffres clés
 - o Pourquoi miser sur les réseaux sociaux
- Module 1.2 : Le Community Manager
 - o Qui est le Community Manager
 - o Les qualités du Community manager
 - o Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
 - o Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
 - o Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
 - o Les bonnes pratiques - 4 : socials ads
 - o Les bonnes pratiques - 5 : engagement
 - o La veille quotidienne
- Module 1.3 : La communauté du Community manager
 - o Comprendre et entretenir sa communauté
 - o Construire et développer sa communauté
- Quiz module 1

Module 2 : La base des réseaux sociaux

- Module 2.1 : Facebook
 - o La présentation de Facebook
 - o La différence entre un profil, une page et un groupe
 - o La création d'une page Facebook
 - o Définir les objectifs de sa page
 - o Quelques conseils pour animer votre page Facebook
 - o L'algorithme Facebook
 - o La sponsorship Facebook
- Module 2.2 : Instagram
 - o Les bases d'Instagram – Partie 1
 - o Les bases d'Instagram – Partie 2
- Module 2.3 : LinkedIn
 - o LinkedIn
- Module 2.4 : YouTube
 - o Les bases de YouTube – Partie 1
 - o Les bases de YouTube – Partie 2
- Module 2.5 : Twitter
 - o Les bases de Twitter
- Module 2.6 : TikTok
 - o Les bases de TikTok
- Module 2.7 : Pinterest
 - o Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
 - o Pinterest : Anatomie
 - o Pinterest : Marketing – Partie 1
 - o Pinterest : Marketing – Partie 2
 - o Pinterest : 7 étapes
- Module 2.8 : Snapchat
 - o Les bases de Snapchat

- Quiz module 2

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media

- o Les indicateurs clés de performance à analyser
- o La e-réputation
- o La veille concurrentielle et la veille sociale médias
- Module 3.1 : Le projet social media
- o Le projet social média
- o Chef de projet
- o Planification
- o Le Cycle de vie du projet - Exploration
- o Le Cycle de vie du projet – Préparation
- o Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
- o Le Cycle de vie du projet - Finalisation
- o Le reporting
- o Exemples de projets social média
- o Création de contenus et budgets
- o Diffusion du contenu
- Quiz module 3

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média

- o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise
- o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1
- o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 2
- o Les outils d'organisation
- o Les outils de veille - partie 1
- o Les outils de veille - partie 2
- o Les outils de création - partie 1
- o Les outils de création - partie 2
- o Les outils de création - partie 3
- o Les outils de planification
- Quiz module 4

Module 5 : Pinterest Ads

- Introduction du module
- Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest
- o L'histoire de Pinterest
- o Les tendances Pinterest
- o Le fil d'actualité
- o Les fonctionnalités Pinterest
- o L'algorithme Pinterest - Partie 1
- o L'algorithme Pinterest - Partie 2
- o L'algorithme Pinterest - Partie 3
- o L'algorithme Pinterest - Partie 4
- Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest
- o La recherche par mot-clé
- o La recherche visuelle
- Module 5.3: Pinterest, pour quel type d'entreprise ?

- o Blogueur
- o Commerce de détail local ou service local
 - Module 5.4 : La création de contenu sur Pinterest
- o Comment créer une adresse Gmail ?
- o Comment créer un bloc test ?
- o Comment créer une identité de marque sur Canva ?
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 1
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 2
- o Comment créer vos épingles sur Canva ? - Partie 3
- Module 5.5 : La sponsoring sur Pinterest
- o Créer une annonce
- o Utiliser les outils Pinterest pour suivre les performances
- o Analyser les performances - Partie 1
- o Analyser les performances - Partie 2
- o Analyser les performances - Partie 3
- Quizz : Pinterest

Module 6 : TikTok Ads

- Module 6.1 : Origine de l'application TikTok
- o Introduction
- o L'histoire de TikTok
- o Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1
- o Comment fonctionne TikTok ? - Partie 2
- Module 6.2 : TikTok Business Manager
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 1
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 2
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 3
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 4
- o Comment créer un compte professionnel sur TikTok ? - Partie 5
- o Étude de cas
- Module 6.3: Comment créer un TikTok Ads
- o Annonces - Partie 1
- o Annonces - Partie 2
- o Mesures - Partie 1
- o Mesures - Partie 2
- Module 6.4 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?
- o Créer une vidéo TikTok sur Canva ?
- o Comment créer un TikTok Ads ?
- o Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1
- o Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 2
- Quizz : TikTok

Module 7 : SnapChat Ads

- Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?
- o Introduction du module
- o L'histoire de Snapchat – Partie 1

- o L'histoire de Snapchat – Partie 2
- o Le logo de Snapchat
- o Les chiffres clés
- o Bien démarrer Snapchat – Partie 1
- o Bien démarrer Snapchat – Partie 2
- o Les fonctionnalités
- o Snapchat, pour quel type d'entreprise ?
 - Module 7.2 : SnapChat Business Manager
- o Bien démarrer avec Snapchat For business
- o Les SnapChat Ads
 - Module 7.3 : Comment créer une annonce sur SnapChat
- o Pourquoi utiliser la publicité SnapChat
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 2
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 3
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 4
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 5
- o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 6
 - Module 7.4 : Comment élargir son influence sur SnapChat
- o Comment élargir son influence sur Snapchat ?
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 1
- o Quelle stratégie de communication ? – Partie 2
- o Comment mesurer votre influence sur Snapchat ?
 - Quizz : Snapchat

Formateurs :

- Mickael Tuccio Expert Social Media,
Co fondateur de l'Agence Marketing Digitale Voltaire Digital, Mickael accompagne aujourd'hui des entreprises dans l'acquisition de notoriété, de leads ou de clients. Il pilote les équipes créatives : graphistes, copywriters
- Enguerran Brembilla Expert Social Ads (Facebook et Instagram),
Consultant expert en stratégie digitale, Président de l'agence marketing digitale, Voltaire Digital. Plus de 15 ans d'expérience en tant que consultant dans la définition des stratégies digitales, la mise en place de programme d'acquisition et les stratégies social marketing pour des grands groupes, Startup et TPE/PME

Moyens pédagogiques :

- Test de connaissances en amont de la formation, support de formation PPT avec vidéos pour animer les séquences, évaluations intermédiaires formatives, accès illimité au tutorat assuré par un formateur certifié.

Moyens techniques :

- Ordinateur pour le formateur, application ZOOM pour la formation par visioconférence (en face à face à distance), plateforme e-learning accessible par connexion internet.

Suivi de l'exécution :

- Certificat de réalisation

Appréciation des résultats :

- Évaluation qualitative de la formation à chaud - Évaluation de l'acquisition des compétences par QCM sommatif en fin de formation - Évaluation à froid de la formation en situation de travail quelques mois après. Présentation des stagiaires à la certification pour les formations certifiantes.

Mentions spécifiques à la Formation Ouverte et à Distance

Recommandation pour les sessions en FOAD

Pour les formations à distance, disposer d'un ordinateur connecté à internet et équipé d'un micro, de haut-parleurs et d'une webcam.

Nature des travaux demandés au stagiaire et le temps estimé pour les réaliser

Avant la formation : un test de connaissances d'une vingtaine de minutes sera réalisé par le stagiaire via notre plateforme d'évaluation. Un lien de connexion lui sera envoyé par mail quelques jours avant la formation. Ce test a pour intérêt de mesurer le niveau d'entrée de l'apprenant et de permettre au formateur d'adapter sa formation au besoin.

Pendant la formation : à la fin de chaque séquence pédagogique, un quiz formatif d'une dizaine de minutes en moyenne sera organisé en plénière, par le formateur, avec l'ensemble des participants à la session de formation. Ces exercices ont pour vocation de favoriser les échanges de groupe et de renforcer la compréhension des points-clés de la formation.

Après la formation : à la fin de la formation, une évaluation sommative à chaud d'une vingtaine de minutes sera réalisé par le stagiaire via notre plateforme d'évaluation. Un lien de connexion ou un QR Code sera transmis par l'animateur à la fin de la journée pour qu'il puisse réaliser cet exercice avant la fin de la session en la présence du formateur. Cette évaluation a pour intérêt de mesurer le niveau d'acquisition des compétences de l'apprenant.

Modalités de suivi et d'évaluation spécifiques aux séquences de formation ouverte à distance

A l'issue de la formation, une attestation individuelle de formation sera remise à chaque participant ayant suivi la totalité de la formation et ayant réalisé l'évaluation des acquis des compétences. Un certificat de réalisation signé par le stagiaire, l'employeur (le cas échéant) et l'organisme de formation sera délivré aux parties prenantes. L'organisme de formation tient à disposition, de l'administration ou de tout financeur, toutes traces d'exécution de la formation : relevés de connexion, traces d'échanges (courriels, chat, forums, outils collaboratifs), enregistrement de la classe virtuelle, récapitulatif et justificatifs des travaux réalisés par l'apprenant, résultats aux tests et aux évaluations, etc...

Moyens d'organisation, d'accompagnement ou d'assistance, pédagogique et technique mis à disposition du stagiaire

La formation se déroule en face à face à distance formateur/stagiaire (classe virtuelle). Le formateur assigné à cette action de formation a toutes les compétences requises pour accompagner et assister le stagiaire sur le plan pédagogique et technique. Ses coordonnées sont transmises au participant avec le courrier de convocation, ainsi que le guide de prise en main de la plateforme. Pendant la formation, l'assistance pédagogique et technique est assurée par le formateur.

Solutions de financement de la formation

Cette formation peut être financée en tout ou partie, en fonction de votre financeur et des budgets disponibles, au titre du plan de développement des compétences pour les entreprises de moins de 50 salariés.