

C21-7 Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux et acquérir de nouveaux prospects - niveau confirmé

PUBLIC	Porteurs de projet de création / reprise d'entreprise Entrepreneurs Etudiants
PRE-REQUIS	Les réseaux sociaux – niveau débutant
DUREE	7h
NB DE PARTICIPANTS	5 minimum 15 maximum
CONDITION D'ACCESSIBILITE	Locaux accessibles aux personnes en situation de handicap
TARIF	245€ nets de taxe (possibilité de financement avec le CPF)
DELAI D'ACCES	Calendrier trimestriel
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Développer la notoriété de son business à travers les réseaux sociaux (Facebook – LinkedIn – Instagram) grâce à une stratégie de communication efficiente - Déployer une stratégie de communication digitale efficiente - Développer la notoriété de son entreprise à travers Facebook, LinkedIn et Instagram - Fidéliser sa communauté autour de sa marque et/ou de son entreprise.
CONTENUS	<p style="text-align: center;">INTRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fonctionnalités et spécificités des 3 plateformes : Facebook-Instagram-LinkedIn <ul style="list-style-type: none"> - Les pièges à éviter <ul style="list-style-type: none"> - Les bases : pourquoi et comment communiquer sur les réseaux <p style="text-align: center;">Partie 1 : Facebook</p> <p style="text-align: center;">Se positionner en tant que professionnel sur Facebook : créer une page professionnelle Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les outils de Facebook à connaître : <ul style="list-style-type: none"> *les événements Facebook : création et animation ; *messenger : entrer en contact avec ses prospects ; *Facebook live : pourquoi et comment ? *les groupes privés : un atout vente supplémentaire... Animer et modérer ;

*les boutiques Facebook : mettre en valeur ses produits et conclure des ventes
business manager : gérer ses comptes et créer ses premières campagnes publicitaires
les statistiques (KPIs): les connaître et mettre en place ses tableaux de pilotage

Partie 2 : Instagram

- Se positionner en tant que professionnel sur Instagram

- Les outils à utiliser :

*IG TV : pourquoi et comment ?

*les hashtags ou comment améliorer la viralité de ses posts

*les stories : quel contenu ?

*Business Manager : créer ses premières campagnes publicitaires Instagram

*les statistiques : les connaître et les exploiter

Connaître les techniques quotidiennes permettant d'augmenter sa communauté et son engagement

Identifier les influenceurs et micro-influenceurs en lien avec son domaine d'activité

Partie 3 : LinkedIn

- Soigner la partie visuelle de son profil

- Optimiser son profil

- Être actif sur LinkedIn : visiter et inviter des profils

- Au quotidien, sur LinkedIn... les bonnes habitudes !

- Comment publier ?

METHODES MOBILISEES	- Exercices individuels et en groupe tout au long de la journée - Évaluation de la formation par les stagiaires - Feuille d'émargement (ou relevé de connexion) par ½ journée et attestation de fin de formation
MODALITES D'EVALUATION	QCM en fin de formation
INTERVENANT	V. CAURRAZE, gérante de l'agence de communication digitale Clic and Like