Créer et animer une page Facebook

OBJECTIF DE LA FORMATION: Comprendre les spécificités de Facebook et les enjeux pour son entreprise. Intégrer Facebook dans sa stratégie de communication online. Définir une ligne éditoriale et des objectifs de communication spécifiques à ce média. Organiser son Community Management et la gestion de ses posts. Modérer ses pages et gérer les crises. Comprendre les spécificités des différents

POINTS FORTS DE LA FORMATION: Excellente occasion d'échanger avec d'autres professionnels sur des problématiques communes ; Encadrement d'un formateur expérimenté (Spécialiste Multimédia)
RÉSULTATS ATTENDUS: Permettre aux stagiaires l'entretien et le perfectionnement des connaissances
CERTIFICATION: Attestation de formation
DURÉE DE LA FORMATION: 14h
LANGUE: Français
ENCADREMENT FORMATEUR: Ordinateurs, vidéoprojecteur, Encadrement d'un formateur expérimenté (Spécialiste Multimédia), supports de cours (Mis à disposition par Formation Stratégique).
PUBLIC VISÉ: Personne souhaitant développer leur capacité de communication
PRÉ REQUIS: Parler et comprendre le français - Connaissance env. Windows.
SUIVI - ÉVALUATIONS: Suivi et sanction de la formation : feuille de présence, attestation individuelle de fin de formation et avis post formation. Appréciation de l'acquisition des compétences et de l'atteinte des objectifs par le formateurs tout au long de la formation (exercices, quizz oral et écrits ...). Mesure de la qualité globale de la formation, de l'atteinte des objectifs et de l'impact sur la pratique professionnelle par le stagiaire : enquête de satisfaction à chaud
MOYENS & MÉTHODES PÉDAGOGIQUES: Tour de table de positionnement préalable afin de permettre au formateur de vérifier l'adéquation du parcours de chaque stagiaire et d'adapter son déroulé pédagogique. Alternance entre apports théoriques, exercices pratiques et analyse sur le terrain de l'environnement de travail des stagiaires
ACCESSIBILITÉ: Personne en Situation d'Handicap Bienvenue. Un accompagnement spécifique peut être engagé. Notre référent handicap est à votre disposition au numéro indiqué dans nos coordonnées.

LIEU DE LA FORMATION
Votre formation peut se dérouler sur votre site ou bien sur l'un de nos différents centres dans le Gard (30) et l'Hérault (34)
Formation Stratégique MONTPELLIER: 13 Rue de la garrigue 34130 Mudaison
Formation Stratégique ALES: 215, Chemin du Réservoir 30140 BAGARD
Formation Stratégique NÎMES CENTRE: 33 Rue Favre de Thierrens, 30000 Nîmes
Formation Stratégique NÎMES-CAVEIRAC: 231 Chem. du Sémaphore, 30820 Caveirac
INTRA entreprise: dans vos locaux ou selon convenance.

CONTENU DE LA FORMATION
Cerner les enjeux de Facebook pour la communication d'entreprise
Le potentiel de Facebook et ses principes de fonctionnement : Post, Like, Partage...
L'impact du 'Reach' sur la visibilité de ses publications.
Le choix du modèle : profil, groupe ou page.
Comprendre le phénomène Twitter
Les spécificités et impacts de Twitter.
La composition d'un tweet : format, symboles, raccourcis...
Le vocabulaire : followers, hashtags...
Définir sa stratégie de communication
Définir ses objectifs : relation client, prospection, marque employeur, ventes...
Mesurer les impacts sur l'organisation.
Définir ses KPI : ROI, ROE, ROA.
Créer et enrichir sa page Facebook
Créer et personnaliser sa page.
Gérer la diffusion de ses publications.
Utiliser les fonctionnalités avancées.
Gérer sa communauté Facebook
Connaître les bons usages sur Facebook.
Savoir modérer et engager la conversation.
Optimiser la visibilité de ses publications.
Contourner la baisse du Reach avec les campagnes payantes.
Savoir tweeter
Connaître les principales fonctionnalités, les règles d'or et les bons usages de Twitter.
Personnaliser son profil Twitter.
Optimiser la diffusion de ses tweets.
Etendre son influence et sa visibilité avec Twitter
Rechercher des profils utiles ou influents.
Optimiser la gestion de son compte Twitter.
Augmenter la visibilité de ses tweets : tweets sponsorisés...
Organiser un LiveTweet pour animer un événement.
Assurer une veille efficace grâce à Twitter
Organiser ses flux de veille.
Utiliser des fonctions de recherches avancées.