

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 réseaux sociaux et leurs

RÉSULTATS ATTENDUS :

Permettre aux stagiaires l'entretien et le perfectionnement des connaissances

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 formateur 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.

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.

LANGUE : Français

CERTIFICATION

Attestation de formation

LIEU, DATES ET HORAIRES DE LA FORMATION

Cf. convention, convocation ou devis joint

Contact@formationstrategique.fr

MONTPELLIER : 13 Rue de la garrigue 34130 Mudaison - 04.67.92.15.56

ALES : 217, Ch. du Réservoir - 30140 BAGARD - 04.66.24.98.44

SAS au Kal-7800 € / RCS 484 937 933 00022 / TVA FR.51 484 937 933 / NAF 8559A. N° déclaration de Prestation 91-30-02586-30