



### Objectifs de la formation

- Savoir utiliser les réseaux sociaux pour développer sa visibilité
- Utiliser les réseaux sociaux pour accroître sa clientèle
- Créer une communauté
- Fidéliser sa clientèle



### Prérequis & admission formation

- Être en capacité de s'exprimer à l'écrit comme à l'oral en Français, Anglais ou Allemand
- Disposer d'un ordinateur
- Disposer d'une connexion internet
- Savoir utiliser un navigateur internet
- Savoir utiliser un smartphone



### Délai d'accès

Le délai d'accès va dépendre du financement et du délai de traitement de votre demande de prise en charge.



### Public bénéficiaire

Entrepreneurs, Porteurs de projets, Salariés, Demandeurs d'emploi



### Sanction de la formation

Certificat de réalisation en fin de parcours



### Formateur

Julie FEDIDA

- Plus de 10 ans d'expérience dans la communication digitale en France comme à l'étranger.
- Formatrice depuis 2019.



### Durée et tarif

- Durée 3 mois
- Tarif = 3 000€



### Moyens pédagogiques et Méthodes D'évaluation

- Accès à une plateforme: vidéos, pdf, exercices pratiques, quiz, replay des séances d'accompagnement
- Accès à des ressources supplémentaires (interne et externe)
- 12 Séances d'accompagnement individuel en visio de 2h Max
- Des ajustements peuvent être également adaptés en fonction du profil de l'apprenant.
- Quiz à la fin de chaque module, Questionnaire de fin de formation, Cas pratiques



### Accessibilité

Cette formation se déroule à distance. Pour les personnes en situation de handicap des adaptations peuvent être proposées en fonction de votre situation.

## Déroulement de la formation

### Chapitre 1: Mission Vision et objectifs de l'entreprise (2h)

- Mission Vision et Valeurs
- Définition des objectifs Marketing et Commercial de l'entreprise

### Chapitre 2: Votre Client cible (2h)

- Définition du « client de coeur » de la clientèle cible
- A qui souhaitez-vous vous adresser?
- Définir les besoins, les problèmes auquel vous souhaitez apporter une solution

### Chapitre 3: Votre offre (2h) :

- Déterminer/redéfinir son Offre
- « Déterminer les bénéfiques clients de l'offre »
- Mettre en adéquation les besoins du client cible et la solution proposée dans l'offre (servira pour la création de contenu du chapitre 6)
- Quelle est l'expérience client souhaité?

### Chapitre 4: Ligne éditoriale (2H)

- Chercher son unicité pour la communiquer
- Déterminer le ton, les messages à utiliser.

### Chapitre 5: Fonctionnement des Réseaux Sociaux (7H)

1. Facebook Comment ça marche?
  - a) Fonctionnement général
  - b) Construction de la page
  - c) Les impératifs (infos etc)
  - d) Best Practices
2. Instagram Comment ça marche?
  - a) Fonctionnement général
  - b) Construction du compte
  - c) Les impératifs (infos, #, Bio etc)
  - d) Best Practices
3. LinkedIn Comment ça marche?
  - a) Fonctionnement général
  - b) Construction du compte
  - c) Les impératifs (infos, développement du réseau)
  - d) Best Practices

### Chapitre 6: Organisation, Programmation, Création de contenu (4h)

- a) Les Algorithmes: Critères, Best Practices, Visibilité
- b) Contenu: qualité du contenu, apport de valeur
- c) Idées de contenu (à ajouter dans la ligne éditoriale : des idées de publications, dont des « non-commerciales" )

### Chapitre 7: Création Graphique (4H)

- a) Création Visuels avec Canva
- b) Création Vidéos, Lives, IGTV
- c) Story Telling

### Chapitre 8: Promotion, Modération (4H)

- a) Promouvoir vos réseaux sociaux en physique
- b) Comment Animer et Modérer votre communauté

Nombre de personnes formées



Taux de satisfaction des bénéficiaires

