



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 bénéficiers 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

