

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

PUBLIC	Porteurs de projet de création / reprise d'entreprise Entrepreneurs Etudiants
PRE-REQUIS	Pas de pré-requis
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 - Les pièges à éviter - Les bases : pourquoi et comment communiquer sur les réseaux <p style="text-align: center;">Partie 1 : Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se positionner en tant que professionnel sur Facebook : créer une page professionnelle Facebook - 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 <p style="text-align: center;">Partie 2 : Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se positionner en tant que professionnel sur Instagram - Les outils à utiliser : <ul style="list-style-type: none"> *IG TV : pourquoi et comment ? *les hashtags ou comment améliorer la viralité de ses posts *les stories : quel contenu ? *Business Manager : créer ses 1ères campagnes publicitaires Instagram *les statistiques : les connaître et les exploiter

	<ul style="list-style-type: none"> - 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 <p style="text-align: center;">Partie 3 : LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 ? <p style="text-align: center;">Partie 4 : Mise en application</p>
METHODES MOBILISEES	<ul style="list-style-type: none"> - 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