DÉVELOPPER LA VISIBILITÉ DE DE SON ACTIVITÉ À TRAVERS LES RÉSEAUX SOCIAUX

FORMATION PROFESSIONELLE

Objectifs de la formation :

- Définir les objectifs commerciaux à atteindre
- Choisir les réseaux sociaux pertinents en adéquation avec les obiectifs commerciaux fixés
- Créer un compte entreprise sur les réseaux sociaux afin de développer la présence de son organisation sur les plateformes digitales
- Établir une stratégie et un plan de communication Social Media
- Développer sa visibilité et son E-reputation
- Élaborer des contenus rédactionnels percutants et des visuels propices à une diffusion sur les réseaux sociaux
- Utiliser les résultats des différents indicateurs de suivi mis en place afin de suivre la stratégie de développement de l'activité commerciale de l'entreprise mise en oeuvre

--> Méthodes mobilisées : l'utilisation d'un cas client réel
--> Eligible au CPF
--> Lieu de formation : présentiel ou distanciel en fonction du profil

crealise × DIGITAL COLLEGE REUNION

Le certificat est enregistré au Répertoire Spécifique de France Compétences (numéro RS6372)

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION
moncompteformation.gouv.fr
Google play | App Store

Absence de pré-requis

Avant la formation, un test de positionnement digital est réalisé,
dans le but d'adapter le parcours de formation aux besoins de l'apprenant.

- Durée : 30 minutes
- QCM : 40 questions en ligne

Durée :

- **5** sessions
- **3h** par session
- Soit un total de **15h**

Tarif individuel :

- Coaching personnalisé **200€** par heure
- Soit un total de **3 000 €**

Modalité d'évaluation :

- En ligne ou en présentiel
- Durée max : 90 minutes
- QCM (max 30 minutes) et Épreuve écrite (max 60 minutes)
- Sous surveillance et sécurisation de l'ordinateur du candidat

En distanciel, des sessions organisées par Alternative Digitale sont ouvertes tous les jours. L'apprenant doit disposer d'un ordinateur, d'une webcam et d'une connexion internet stable.

En présentiel, vous conviendrez du jour et de l'heure de session avec l'apprenant.
La session se déroule dans les locaux de l'organisme partenaire et se déroule de la même manière qu'en distanciel.

Les résultats sont transmis à l'apprenant et à l'organisme partenaire la semaine suivant le passage de la certification.

- Certificat identifié par un code d'opposabilité.

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION
moncompteformation.gouv.fr

PARTIE 1 - DÉFINIR LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES À ATTEINDRE

Définir ses objectifs SMART

2 Élaborer un Benchmark

3 Déterminer les personas

4 Identifier les ressources mobilisables et nécessaires

PARTIE 2 - LES RÉSEAUX SOCIAUX ADAPTÉS

1 Comparaison des différents réseaux sociaux existants

Caractéristiques et typologies des utilisateurs

Formats des médias possibles

Objectifs et fonctions principales

2 Choix des différentes plateformes sociales selon les objectifs, les personas et les ressources mobilisables

3 Comprendre la logique d'une stratégie Social Media

PARTIE 3 - CRÉATION DES COMPTES ENTREPRISES SUR LES DIFFÉRENTES PLATEFORMES SÉLECTIONNÉES

+ Mettre en place une cohérence stratégique entre le site et les réseaux sociaux

+ Focus sur la cohérence dans le cadre d'une stratégie d'Inbound Marketing

PARTIE 4 - GARANTIR UNE DIFFUSION OPTIMALE ET RÉGULIÈRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

1. Utilisation d'outils de suivi pertinents (logiciels de gestion, analytics, tableaux de bords, planning)

2. Définir le rythme des publications

PARTIE 5 - ANIMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

1. Création de contenus percutants
2. Identité de la marque

PARTIE 6 - CRÉATION DE CONTENUS

+ La création de contenu dynamique grâce à des outils intuitifs type CANVA
+ Elaboration d'un cahier des charges et suivi de la création d'un site web via un prestataire externe

PARTIE 7 - ANALYSE DES RÉSULTATS DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

+ Élaborer son propre tableau de bord

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION moncompteformation.gouv.fr