



Objectif de la Formation :

- Définir son client cible et ses objectifs commerciaux
- Analyser les caractéristiques des réseaux sociaux pour choisir les plus adaptés à la stratégie de l'entreprise.
- Créer un compte professionnel sur les réseaux sociaux choisis, tout en respectant l'identité de marque.
- Concevoir des contenus percutants
- Développer une stratégie éditoriale de publication de contenu
- Analyser les indicateurs de suivi et les statistiques disponibles sur les réseaux sociaux pour optimiser les résultats

MODALITÉS :

PUBLIC VISÉ :

- Entrepreneurs, porteurs de projets
- Toute personne cherchant à maîtriser les réseaux sociaux pour le développement commercial et la promotion d'une activité

PRÉ-REQUIS :

- Avoir un projet de développement commerciale d'une activité via les réseaux sociaux
- Connaissances de base en informatique et numériques

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

- Avant : test de positionnement.
- Tout au long : travaux pratiques et exercices applicatifs
- A la fin : évaluation globale des acquis par QCM et certification
- Évaluation à chaud de la satisfaction
- Après 2 mois : évaluation à froid

MOYENS PEDAGOGIQUES:

- Plateforme de visioconférence accessible en ligne depuis un ordinateur, un mobile ou une tablette.
- Accès à une plateforme e-learning
- Supports de cours, activités et ressources partagés sur la plateforme

MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS:

- Limite d'inscription fixée à 14 jours avant le début de la formation.
- Formation accessible à tous.
- Pour les personnes en situation de handicap veuillez contacter le référent handicap au 07.67.99.18.75

DURÉE :

- 21 heures (reparties sur 6 semaines en distanciel)

INTERVENANTE :

- Haby ANNE - Formatrice diplômée et certifiée en Marketing Digital.

TARIF ET FINANCEMENTS :

- 1890€
- Cette formation peut faire l'objet d'une demande de prise en charge par votre organisme financeur (CPF, OPCO, FAF, France Travail)

CONTACT:

- Haby ANNE 07.67.99.18.75
hbsformation@gmail.com
- www.hbsformation.com
- HBS FORMATION : 7 Rue Auguste Rodin 28630 LE COUDRAY



MODULE 1: Définition des Objectifs Commerciaux

- Introduction aux Stratégies de Marketing Digital et de Web Marketing
- Étude de son audience cible
- Définition des différents types d'objectifs commerciaux (Acquisition clients, Notoriété, engagement, Vente et fidélisation)

MODULE 2 : Analyse et sélection stratégique des Réseaux Sociaux

- Présentation des Principaux Réseaux Sociaux
- Analyse Comparative des Plateformes
- Critères de Sélection des Réseaux Sociaux

MODULE 3 : Création de Comptes Professionnels

- Principes Fondamentaux des Comptes Professionnels sur les Réseaux Sociaux
- Création ou optimisation d'un Profil Facebook Professionnel
- Création ou optimisation d'un Profil Instagram Professionnel
- Création ou optimisation d'un Profil LinkedIn Professionnel
- Création ou optimisation d'un Profil TikTok Professionnel

MODULE 4: Création de Contenus Engageants

- Exploration des différents formats de contenu : textes, images, vidéos, carrousels, etc.
- Comprendre quel type de contenu fonctionne le mieux sur chaque réseau social (Facebook, Instagram, LinkedIn, Tiktok)
- Initiation aux principes fondamentaux de la création vidéo : scénarisation, tournage, montage.
- Utilisation d'Outils de Création de Contenu

MODULE 5: Stratégie Éditoriale de Publication

- Planification de Contenu et Calendrier Éditorial
- Construction de la Ligne Éditoriale
- Création d'un Calendrier Éditorial

MODULE 6 : Analyse des Performances et Optimisation

- Introduction aux KPIs et aux Outils d'Analyse
- Apprendre à lire et interpréter les données fournies par les plateformes de réseaux sociaux.
- Présentation des outils d'analyse disponibles sur les plateformes comme Facebook Insights, Instagram Analytics, LinkedIn Analytics, etc.