

**OBJECTIFS & COMPÉTENCES
PROFESSIONNELLES VISÉES**

- Gérer sa communication digitale pour se rapprocher de ses clients et augmenter ses ventes
- Établir une stratégie social media
- Affirmer sa présence et créer du contenu adapté selon le réseau sélectionné
- Analyser des résultats et statistiques

WEB_RS

2 jour - 14 heures

INTER ou INTRA SUR-MESURE

700 € en inter*

*pour les tarifs INTRA et demandeurs d'emploi : merci de nous consulter.

Prérequis et accessibilité

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet.

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Moyens pédagogiques et encadrement

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en Community management : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.



LIEU DE FORMATION

Modula Formation
(Bordeaux / Bayonne / Limoges / La
Rochelle) et/ou à distance



DÉLAIS D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut, du
financeur et de notre planning inter



SUITE DE PARCOURS

Suggestion : Parcours Création de Site -
Webmarketing



Modalités d'évaluation :

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

www.modula-formation.com

Contactez-nous !

05 56 44 58 68

contact@modula-formation.com

7, avenue
Raymond Manaud
33520 BRUGES

DEFINITION ET FONCTIONNEMENT

- Définir ce qu'est un réseau social
- Les réseaux sociaux dans le monde
- Réseaux privés et réseaux professionnels
- Quels réseaux pour quelle entreprise

ETABLIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION

- Définir ses objectifs
- Définir ses cibles
- Choisir les bons réseaux
- Connaître la concurrence
- Savoir adapter son contenu à sa cible
- Créer son calendrier éditorial

FACEBOOK PRO

- Différence entre profil et pages
- Créer une page, en faire les réglages
- La messagerie automatique
- Les différents types de publications
- Le Facebook Ads
- La programmation
- Relier Instagram à Facebook
- La Boutique Facebook
- Analyser sa stratégie

INSTAGRAM PRO

- Le marketing d'influence
- L'étude de #
- Réglages d'un compte professionnel
- Impact des stories, publications, réels
- Les applications tierces : vidéo, visuels
- La promotion
- Les statistiques
- Vendre sur Instagram

LINKEDIN

- Profil et Page : différence
- Paramétrage : sécurité, messagerie
- Importance de l'interaction pour la visibilité
- Les outils LinkedIn
- Les différentes offres LinkedIn
- Faire de la veille sur LinkedIn
- Prospecter avec les filtres
- Définir sa cible et la trouver
- La mise en relation
- Les Posts, les événements, les articles
- Les Hashtags
- La programmation
- La publicité
- Les statistiques