



# PROGRAMME DE FORMATION PROFESSIONNELLE

## Réseaux sociaux • 2 jours

En présentiel | En distanciel



### PUBLIC CONCERNÉ

Chef d'Entreprise,  
Responsable,  
Assistant marketing,  
Assistant communication,  
Chef-Chargé de projet digital,  
Webmaster,  
Rédacteur Web,  
Responsable du référencement,  
Chargé du référencement,  
Community Manager.



### PRÉ REQUIS

Disposer d'un ordinateur portable et disposer des codes administrateurs des comptes existants sur les réseaux sociaux.



### DURÉE FORMATION

2 jours, soit 14 heures



### MOYENS PÉDAGOGIQUES

Le formateur établit un support projeté sur grand écran. Il remettra au(x) stagiaire(s) en début de formation le sommaire de son support.



### SUIVI DES ACQUIS

Le formateur assure le contrôle des acquis au fur et à mesure de l'avancement de la formation afin d'assurer au(x) stagiaire(s) une progression constante.



### 100% DES APPRENANTS

ont été satisfaits de la pédagogie et de la clarté du contenu de la formation.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pour garantir un bon suivi de la formation, le nombre de participants est **limité à 6 stagiaires maximum en formation intra-entreprise et à 4 stagiaires maximum en formation inter-entreprises**. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices.

Des échanges auront lieu en amont de la formation avec le(s) stagiaire(s) et le(s) client(s) de sorte à adapter si nécessaire le contenu du programme ci-après.



### OBJECTIF GÉNÉRAL DE LA FORMATION :

Gérer de façon autonome et efficace la communauté de vos pages & comptes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn...) en fonction de votre stratégie marketing

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DE LA FORMATION :

- Nommer et définir les différents réseaux sociaux
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à la stratégie de votre organisation
- Améliorer l'efficacité de votre communication sur ces réseaux
- Trouver des idées concrètes pour animer vos pages et comptes



### FORMATEUR

La formation sera dispensée par une personne experte dans le domaine des réseaux sociaux et la communication digitale.  
Son CV est attaché à la convention de formation.



### SUIVI & EVALUATION

- Evaluation de fin de formation
- Attestation de formation professionnelle



# PROGRAMME DE FORMATION PROFESSIONNELLE

## Réseaux sociaux • 2 jours

En présentiel | En distanciel



### LIEU FORMATION

En présentiel :

- Absolem  
25 rue des Charronneries  
45140 Ormes

En distanciel :

- Au sein de vos locaux
- En visioconférence



### ACCESSIBILITÉ

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap.



### DÉLAIS D'ACCÈS

Le délai d'accès à cette formation est d'environ 1 mois.



### CONTACT

Afaf DONAT | 02 38 59 24 24  
[administratif@absolem.com](mailto:administratif@absolem.com)



### CONVOCACTION

Elle est envoyée par mail aux stagiaires une semaine avant le premier jour de la formation. Un plan d'accès aux locaux ainsi que le règlement intérieur d'Absolem y sera joint.

## PROGRAMME

Au-delà des effets de mode, quel outil est le plus utile à votre organisation ? Quelles sont les règles de communication pour chaque réseau ? Comment gagner en visibilité et tirer de réels bénéfices de votre présence sur les réseaux sociaux ?

### 1. INTRODUCTION :

- Présentation des principaux réseaux sociaux et de leur mode de fonctionnement
- Distinguez les différents types de réseaux sociaux
- Le vocabulaire
- Focus sur les principaux réseaux sociaux en France

### 2. FACEBOOK

- Comprendre le phénomène Facebook
- Ouvrir un compte entreprise sur Facebook
- Les principaux réglages à connaître
- Définir ses paramètres de confidentialité Stratégie sur Facebook
  - Quel type de contenu diffuser ?
  - Les fans
  - Animer sa communauté
- Ce qu'il ne faut surtout pas faire avec Facebook Savoir analyser les statistiques Facebook
- Mettre en place des campagnes publicitaires :
  - Définir une cible stratégique
  - Réfléchir au budget
  - Analyser les résultats

### 3. LINKEDIN

- L'interface de travail
- Les principaux réglages à connaître
- Paramétrer son profil
- Construire son réseau :
  - Notion de niveau de relation
  - Critères pour accepter ou non les invitations reçues
  - Utiliser le moteur de recherche
- Animer au quotidien
  - Gérer ses contacts et faire des envois collectifs
  - Les groupes de discussion
  - Animer son compte et interagir avec ses contacts
- Mettre en place des campagnes publicitaires :
  - Définir une cible stratégique
  - Réfléchir au budget
  - Analyser les résultats

### 4. TWITTER

- La tendance Twitter
- Objectifs et enjeux
- Outils et fonctionnalités :
  - Les règles de publication
  - Les outils de recherche
  - Gérer sa communauté

### 5. PLANIFIER UN ÉVÉNEMENT DIGITAL, UNE OPÉRATION DE COMMUNICATION

- Quels supports utiliser ?
- Rendre digital un événement physique

### 6. ÉTHIQUE, BONNES PRATIQUES, RÈGLES DE BONNE CONDUITE

À PARTIR DE  
**1 500€ HT \***

\*900€ HT à partir de 4 stagiaires