PROGRAMME DE FORMATION

Communication : Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux
Perfectionnement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- **Analyser les tendances des réseaux sociaux** : Identifier les évolutions et les pratiques innovantes pour anticiper les besoins des audiences.
- **Développer des stratégies avancées :** Personnaliser les contenus en fonction des segments d'audience et optimiser les campagnes en continu.
- **Créer du contenu engageant et innovant :** Maîtriser les techniques avancées de storytelling, de création de contenu viral, et de campagnes interactives.
- **Utiliser les outils professionnels :** Automatiser les tâches, analyser les performances à l'aide de KPI, et tirer parti des solutions d'intelligence artificielle.
- **Optimiser les campagnes publicitaires :** Élaborer des stratégies de ciblage avancé, maximiser le ROI, et utiliser le retargeting pour renforcer l'efficacité.
- **Gérer des crises en ligne :** Identifier les risques, résoudre les situations délicates, et préserver la réputation sur les réseaux sociaux.
- **Développer une stratégie globale :** Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie de communication cohérente et collaborative.

PUBLIC CONCERNÉ

- Professionnels du marketing et de la communication souhaitant améliorer leurs compétences en réseaux sociaux.
- Entrepreneurs et dirigeants de PME voulant renforcer leur présence en ligne.
- Community managers débutants cherchant à maîtriser la gestion des réseaux sociaux.
- Freelances et indépendants désirant promouvoir leurs services via les réseaux sociaux.
- Étudiants en communication ou marketing préparant leur carrière dans le digital.

PRÉ-REQUIS

Avoir suivi une formation débutant sur la thématique.

DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

28 heures - 3,5 journée (8 heures)

- *En présentiel : 10 stagiaires maximum*

LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 1 RUE BAPTISTE MARCET 30300 BEAUCAIRE

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Stratégies avancées et tendances actuelles (8 heures)
8h00 - 9h30 : Analyse approfondie des tendances des réseaux sociaux

- Analyse des tendances actuelles et prévisions futures.
- Exemples de campagnes innovantes réussies.

9h30 - 11h00 : Stratégies avancées de segmentation

- Segmentation dynamique et personnalisation.
- Utilisation des données comportementales pour affiner les cibles.

11h00 - 12h30 : Techniques avancées de storytelling

- Utiliser des récits pour captiver et engager l'audience.
- Études de cas et pratiques autour du storytelling visuel.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner
13h30 - 15h00 : Collaboration et partenariats sur les réseaux sociaux

- Stratégies pour collaborer avec influenceurs et partenaires.
- Création de contenus co-brandés efficaces.

15h00 - 16h30 : Création de campagnes interactives

- Utilisation de sondages, quiz, et autres formats interactifs.
- Analyser les résultats des campagnes participatives.

16h30 - 18h00 : Atelier pratique : Développer une campagne sur une tendance actuelle

- Élaboration et mise en œuvre d'une campagne fictive inspirée des dernières tendances.

Jour 2 : Création avancée de contenu et gestion de crise (8 heures)
8h00 - 9h30 : Création avancée de contenu vidéo

- Techniques avancées de montage vidéo.
- Utilisation de vidéos en direct (lives) pour engager l'audience.

9h30 - 11h00 : Optimisation pour les algorithmes des réseaux sociaux

- Comprendre et s'adapter aux algorithmes.
- Techniques pour maximiser la portée organique.

11h00 - 12h30 : Gestion de crises sur les réseaux sociaux

- Identification des risques et gestion des situations critiques.
- Études de cas de crises médiatiques et leur résolution.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner
13h30 - 15h00 : Automatisation avancée des tâches

- Utilisation d'outils pour automatiser la publication et la gestion.
- Intégration des chatbots et des solutions d'IA pour l'engagement client.

15h00 - 16h30 : Publicité avancée sur les réseaux sociaux

- Techniques pour maximiser le ROI des campagnes publicitaires.
- Ciblage précis et stratégies de retargeting.

16h30 - 18h00 : Atelier pratique : Mise en place d'une campagne publicitaire avancée

- Création, optimisation, et simulation de campagnes publicitaires.

Jour 3 : Analyse et perfectionnement (8 heures)
8h00 - 9h30 : Analyse des performances avancée

- Décryptage des KPI complexes.
- Utilisation d'outils d'analyse avancés.

9h30 - 11h00 : Perfectionnement des stratégies de contenu

- Optimisation continue basée sur les performances.
- A/B testing pour améliorer les résultats.

11h00 - 12h30 : Atelier pratique : Simulation de gestion multi-campagnes

- Planification et gestion simultanée de plusieurs campagnes.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner
13h30 - 15h00 : Création de contenu viral

- Techniques pour identifier et exploiter les opportunités de contenu viral.
- Études de cas et exercices pratiques.

15h00 - 16h30 : Développement de stratégies globales de communication

- Intégration des réseaux sociaux dans un plan global de communication.
- Collaboration inter-départements pour maximiser l'impact.

16h30 - 18h00 : Atelier pratique : Élaboration d'un plan global de communication

- Synthèse des compétences acquises pour un plan global.

Jour 4 : Révision et perfectionnement (4 heures)
8h00 - 10h00 : Révision des concepts et techniques avancées

- Résumé et mise en application des points clés.

10h00 - 12h00 : Session de perfectionnement et questions-réponses

- Conseils personnalisés pour chaque participant.
- Ajustement des stratégies individuelles en fonction des objectifs.

12h00 : Conclusion et remise des certificats

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation combine des exposés théoriques, des études de cas, des exercices pratiques, des quizz en salle, et des supports de formation projetés.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des compétences acquises à travers des exercices pratiques, des études de cas, et un QCM final.

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Gaune Solenn, directrice de l'agence de communication Apostrophe Social Media, possède plus de 4 années d'expérience en formation professionnelle et en enseignement. Diplômée en Marketing et Communication Digitale ainsi qu'en LEA avec une spécialisation en communication digitale.

MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

TARIF

Nous contacter pour un devis.

DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation dans les meilleures conditions.

CONTACT

Gaune Solenn
Référente pédagogique et formatrice
formation@apostrophe-consulting.fr
0762736089