



# PROGRAMME DE FORMATION

## Communication globale sur les réseaux sociaux pour prospection digitale

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre et utiliser les fonctionnalités de base d'Instagram, optimiser les profils.
- Créer et publier divers formats de contenu pour engager l'audience.
- Interagir efficacement avec les abonnés pour augmenter leur nombre et leur engagement.
- Promouvoir produits et services via Instagram, planifier des publications efficaces.
- Gérer et animer une communauté engagée, organiser des activités interactives.
- Définir et communiquer une stratégie de marque claire, utiliser le storytelling.
- Élaborer des stratégies de contenu ciblées basées sur l'analyse de l'audience.
- Convertir les abonnés en clients et mettre en place des stratégies de fidélisation.
- Analyser l'efficacité des approches adoptées, appliquer les connaissances et recueillir des retours pour améliorer la stratégie.

### PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels du marketing, de la communication, entrepreneurs, créateurs de contenu, et toute personne souhaitant approfondir ses compétences en création de vidéos promotionnelles pour vendre un produit.

### PRÉ-REQUIS

#### Compétences Techniques

- **Aucune expérience spécifique requise** : Pas besoin d'avoir des compétences préalables en communication, en design graphique, ou en présentation publique.
- **Familiarité avec les Médias Sociaux** : Une connaissance de base des plateformes de médias sociaux peut être utile, mais n'est pas obligatoire.

#### Matériel Nécessaire

- **Accès à un Ordinateur** : Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet stable pour accéder aux outils en ligne comme CANVA et participer aux sessions de formation virtuelles ou regarder des vidéos de formation.



## DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

60 heures

- *En présentiel : 20 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*
- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*

## LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 49 avenue Jean Jaurès, 30900 Nîmes
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets

## CONTENU DE LA FORMATION

### Module 1 : Introduction à Instagram - Application Instagram (5 heures)

- 1. Histoire et importance d'Instagram dans le marketing numérique (1 heure)**
  - Aperçu de l'évolution d'Instagram : fonctionnalités et algorithme.
  - Analyse des données d'utilisation d'Instagram pour un usage commercial.
- 2. Création et optimisation du compte (2 heures)**
  - Création d'un compte professionnel.
  - Optimisation du profil : photo, bio, lien stratégique.
  - Paramétrage des fonctionnalités (boutons d'appel à l'action, intégrations).
- 3. Exploration des fonctionnalités d'Instagram (2 heures)**
  - Présentation détaillée : Stories, Reels, IGTV, Lives, Insights.
  - Intégration avec d'autres réseaux sociaux pour une stratégie multicanal.

### Module 2 : Publication de contenu - Types de publications (6 heures)

- 1. Création de contenu attrayant (2 heures)**
  - Comprendre les différents formats : Stories, posts, Reels, Lives.
  - Techniques pour capter l'attention (visuels, légendes).
- 2. Stratégies pour maximiser l'engagement (2 heures)**
  - Collaboration : partenariats, mentions, tags stratégiques.
  - Utilisation des emplacements géographiques et des hashtags.
- 3. Atelier pratique (2 heures)**



- Création de publications pour différents objectifs (branding, ventes, engagement).

### **Module 3 : Interaction avec l'audience - Engager avec son public (6 heures)**

- 1. Gestion des interactions (2 heures)**
  - Répondre aux commentaires et messages directs (DM) efficacement.
  - Encourager les partages et réactions via Stories et publications.
- 2. Stratégies d'engagement (2 heures)**
  - Techniques pour augmenter les abonnés organiquement.
  - Gestion proactive des hashtags et suivi des tendances.
- 3. Atelier pratique (2 heures)**
  - Simulation de gestion d'interactions avec une communauté active.

### **Module 4 : Présentation des services - Marketing des services (5 heures)**

- 1. Mise en avant des produits/services (2 heures)**
  - Création de contenus visuels et vidéos attractifs.
  - Matériel nécessaire pour un rendu professionnel.
- 2. Planification et organisation (2 heures)**
  - Élaboration d'un calendrier éditorial.
  - Intégration des événements et tendances actuelles.
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Création d'une campagne de contenu autour d'un produit ou service spécifique.

### **Module 5 : Stratégies de visibilité - Améliorer sa visibilité (7 heures)**

- 1. Techniques avancées pour attirer des abonnés (3 heures)**
  - Partenariats avec influenceurs et marques complémentaires.
  - Utilisation des QR codes pour promouvoir le compte.
- 2. Fidélisation et engagement (3 heures)**
  - Analyse des performances à l'aide des insights.
  - Stratégies pour inciter au partage et à la recommandation.
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Création et lancement d'une campagne pour augmenter la visibilité.



## **Module 6 : Engagement avec l'audience - Fidéliser son public (7 heures)**

- 1. Animation de la communauté (3 heures)**
  - Techniques de modération : réponses, gestion des critiques.
  - Organisation de challenges et concours.
- 2. Renforcement des liens avec la communauté (3 heures)**
  - Développement d'une routine d'engagement (Lives, Stories interactives).
  - Création de contenu axé sur la fidélité (posts collaboratifs, remerciements).
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Planification et simulation d'un challenge ou concours.

## **Module 7 : Définition du positionnement - Élaborer une stratégie de positionnement (5 heures)**

- 1. Définition d'une stratégie claire (2 heures)**
  - Définition des objectifs (KPI).
  - Création d'un avatar client.
- 2. Optimisation de l'identité de marque (2 heures)**
  - Alignement du profil Instagram avec les valeurs de la marque.
  - Esthétique, ton et design du contenu.
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Élaboration d'un plan de positionnement sur Instagram.

## **Module 8 : Création d'une identité narrative - Raconter une histoire (5 heures)**

- 1. Storytelling avancé (3 heures)**
  - Présentation des valeurs et de l'histoire de l'entreprise.
  - Techniques pour une narration captivante à travers les publications.
- 2. Atelier pratique (2 heures)**
  - Création de Stories et publications axées sur le storytelling.

## **Module 9 : Stratégie de contenu - Développer une stratégie de contenu (7 heures)**

- 1. Création d'une ligne éditoriale (3 heures)**
  - Définir un style cohérent et adapté au public cible.
  - Adapter le contenu au modèle AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action).
- 2. Techniques avancées de création de contenu (3 heures)**
  - Photographie, montage vidéo, rédaction de légendes engageantes.



- Outils et applications pour améliorer les visuels.
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Planification et création d'une série de contenus cohérents.

## **Module 10 : Construction d'une communauté - Créer et gérer une communauté (7 heures)**

- 1. Gestion proactive de la communauté (3 heures)**
  - Réponses stratégiques aux interactions pour maintenir l'engagement.
  - Modération et animation pour éviter les conflits.
- 2. Utilisation des fonctionnalités Instagram (3 heures)**
  - Stratégies avancées avec les hashtags, Stories et Lives.
  - Création de rendez-vous réguliers (Lives, Q&A).
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Animation d'une communauté virtuelle en direct.

## **Module 11 : Conversion de l'audience en clients - Techniques de conversion (5 heures)**

- 1. Stratégies pour convertir les abonnés (2 heures)**
  - Optimisation des DM et Stories pour générer des prospects.
  - Création d'appels à l'action efficaces.
- 2. Fidélisation des clients (2 heures)**
  - Stratégies pour maintenir une relation après la conversion.
  - Utilisation des retours clients pour créer de nouveaux contenus.
- 3. Atelier pratique (1 heure)**
  - Simulation d'une stratégie de conversion avec des scénarios réels.

## **Module 12 : Bilan et Questions - Bilan de la formation (2 heures)**

- 1. Révision des points clés (1 heure)**
  - Recapitulatif des stratégies et outils abordés.
  - Exemples concrets de succès sur Instagram.
- 2. Session de questions-réponses (1 heure)**
  - Résolution des doutes restants.
  - Discussion ouverte et feedback des participants.



## **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)**

Voir la convention.

## **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