



PROGRAMME DE FORMATION

Communication globale sur les réseaux sociaux

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

96 heures - 12 journées

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

LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : à confirmer en fonction du nombre de stagiaires.
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1 : Introduction à Instagram - Application Instagram (8 heures)

- Notions de base sur Instagram, son histoire et son importance dans le marketing numérique.
- Création d'un compte professionnel ou commercial.
- Optimisation du profil : photo de profil, nom d'utilisateur, biographie, lien.
- Intégration avec d'autres réseaux sociaux et plateformes.
- Présentation détaillée des fonctionnalités disponibles sur Instagram.

Jour 2 : Publication de contenu - Types de publications (8 heures)

- Exploration approfondie des différents formats de contenu : Stories, Posts (photos et vidéos), Réels, Lives.
- Techniques pour créer du contenu attrayant et engageant.
- Collaboration avec d'autres utilisateurs : partenariats, collaborations, mentions.
- Utilisation stratégique des tags, mentions, et emplacements géographiques pour augmenter la visibilité.

Jour 3 : Interaction avec l'audience - Engager avec son public (8 heures)

- Gestion efficace de la messagerie directe.
- Répondre de manière appropriée et engageante aux commentaires.
- Encouragement des partages et des interactions avec le contenu.
- Stratégies pour augmenter le nombre d'abonnés de manière organique.
- Gestion des hashtags : sélection, suivi des tendances, gestion des commentaires négatifs.



Jour 4 : Présentation des services - Marketing des services (8 heures)

- Création de contenu spécifique pour présenter les produits ou services.
- Techniques pour mettre en valeur les produits à travers le contenu visuel.
- Guide sur le matériel nécessaire pour produire des photos et des vidéos de qualité.
- Utilisation des événements et des tendances pour promouvoir les produits/services.
- Élaboration d'un calendrier éditorial pour planifier et organiser les publications.

Jour 5 : Stratégies de visibilité - Améliorer sa visibilité (8 heures)

- Techniques avancées pour attirer et fidéliser les abonnés.
- Stratégies de partenariats avec des influenceurs.
- Utilisation des QR codes pour promouvoir le compte et faciliter l'accès au contenu.

Jour 6 : Engagement avec l'audience - Fidéliser son public (8 heures)

- Développement d'une routine d'engagement avec les abonnés.
- Techniques de modération et d'animation de la communauté.
- Organisation de challenges et de concours pour stimuler l'interaction et la fidélité.

Jour 7 : Définition du positionnement - Élaborer une stratégie de positionnement (8 heures)

- Définition d'objectifs clairs et de KPI (Key Performance Indicators).
- Création d'un avatar client détaillé pour mieux cibler son audience.
- Optimisation du compte Instagram pour refléter l'identité de marque : design, ton, esthétique.

Jour 8 : Création d'une identité narrative - Raconter une histoire (8 heures)

- Utilisation avancée du storytelling pour présenter l'entreprise, ses valeurs, son histoire et ses offres de manière authentique et captivante.

Jour 9 : Stratégie de contenu - Développer une stratégie de contenu (8 heures)

- Définition d'une ligne éditoriale claire et cohérente.
- Création de contenu adapté à chaque phase du modèle AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action).
- Techniques avancées de création de contenu visuel et écrit.

Jour 10 : Construction d'une communauté - Créer et gérer une communauté (8 heures)

- Rappel des bonnes pratiques de gestion de communauté.
- Organisation avancée de la modération et de l'animation de la communauté.
- Stratégies avancées d'utilisation des hashtags, des stories et des lives pour renforcer la présence et l'engagement.



Jour 11 : Conversion de l'audience en clients - Techniques de conversion (8 heures)

- Utilisation stratégique des interactions précédentes pour convertir les abonnés en clients.
- Prospection active via les messages directs (DM) et les stories.
- Stratégies de suivi et de fidélisation des clients.

Jour 12 : Bilan et Questions - Bilan de la formation et session questions-réponses (8 heures)

- Révision des points clés de la formation.
- Exercices pratiques pour mettre en application les connaissances acquises.
- Session ouverte de questions-réponses pour clarifier les points restants et échanger des expériences.
- Évaluation de la formation et recueil des feedbacks pour améliorations futures.

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