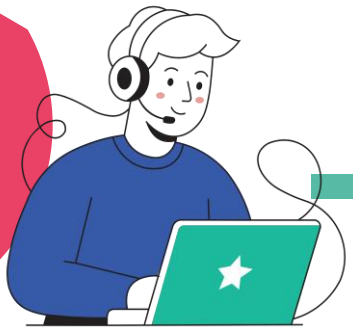
FORMATION
RESEAUX SOCIAUX
DEBUTER AVEC LES RESEAUX SOCIAUX QUAND ON EST ENTREPRENEUR

Com'Hérence – Marie Eber
marie@comherence.fr - 06 43 00 83 03

DUREE : 1 A 3 JOURS TARIF : 250 € HT

Taux de satisfaction janvier 2025 :

100 %



OBJECTIFS

- Connaitre les bases des réseaux sociaux
- Savoir quand les utiliser pour communiquer
- Analyser l'impact des réseaux sur son activité

DESCRIPTION DE LA FORMATION

Aujourd'hui, les outils de communication sont nombreux. Il existe différents réseaux sociaux qui peuvent être utilisés pour un usage professionnel ou privé.

Cette formation s'axe sur la place des réseaux sociaux dans la communication au quotidien, ainsi que sur la place des annuaires et Marketplaces dans une stratégie digitale.

Le participant découvrira quand et comment utiliser chacun des réseaux et des annuaires en comprenant leurs spécificités et leurs contraintes. Si le participant ne dispose pas encore de compte sur les réseaux, ils seront créés et paramétrés lors de la formation.

PREREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour cette formation

PUBLIC VISE

Entrepreneurs, porteurs de projet, indépendants ou toute personne souhaitant développer son activité à travers l'utilisation des réseaux sociaux



Formation entièrement en présentielle, limitée à 8 participants

LIVRABLES

Support et exercices de formation

*Tarification par participant hors financement

Marie Eber - marie@comherence.fr - 06 43 00 83 03
NDA 446 707 674 67 auprès de la préfecture de la région Grand Est

PROGRAMME

Session 1 : Identifier les différents réseaux et annuaires, reconnaitre les opportunités

- La connaissance des réseaux sociaux, annuaires et marketplaces. Leurs spécificités pour choisir les plus adaptés à son projet et à ses moyens
- Le rôle des réseaux sociaux et des annuaires dans la prospection, l'achat et la fidélisation
- Généralités & points communs des outils
  - La différence entre les réseaux à usage professionnel et privé
  - La place de Meta (société possédant Facebook, WhatsApp et Instagram)
- Les notions de « like », « hashtag » et la réputation

Session 1 – Partie 2 : Associer et intégrer les réseaux sociaux, les marketplaces et annuaires dans sa démarche commerciale

- La communication et la démarche commerciale via le digital : le lien entre le digital et la communication classique
- L'intégration des réseaux sociaux dans la stratégie globale

Session 2 – Partie 1 : mettre en place les réseaux sociaux dans la stratégie digitale

- Mise en place et paramétrage des réseaux sélectionnés
- Les méthodes et outils pour créer des médias performants
- Le calendrier éditorial et la gestion des temps forts et saisonnalités
- Les post « séries », les ponctuels et les évènements

Session 2 – Partie 2 : Mettre en place les annuaires et les marketplaces – Intégrer les complémentarités entre les réseaux, annuaires et marketplaces

- Spécificités des marketplaces et annuaires
- La complémentarité et différence entre les réseaux sociaux
- Exemples d'utilisation au quotidien
- La notion de vie privée et l'utilisation des données

Session 3 – Partie 1 : Analyser, optimiser et améliorer sa stratégie sur le long terme

- L'utilisation des réactions et interactions sur les réseaux pour augmenter sa visibilité
- Analyser et améliorer ses publications
- Les outils d'automatisation

Session 3 – Partie 2 : Analyser, optimiser et améliorer sa stratégie sur le long terme

- Les options publicitaires
- La veille concurrentielle

ACCESSIBILITE

Lieu accessible aux personnes à mobilité réduite.
Des aménagements peuvent être proposés sur demande

Contact référent handicap :
marie@comherence.fr
06.43.00.83.03

MODALITES

Utilisation de la Ludopédagogie et d'un travail de mise en pratique avec une situation réelle tout au long de la formation

INSCRIPTIONS

Inscription possible jusqu'à 48h avant le début de la formation dans la limite des places disponibles

EVALUATION

Auto-positionnement, exercices pratiques