Les réseaux sociaux perfectionnement

Durée	3,5 Jours - (28 Heures)
Pré-requis	Utiliser régulièrement les réseaux sociaux
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés en charge de la communication sur les réseaux sociaux
Intervenants	Formateur issu de la bureautique, communication et/ou webmarketing
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique

Évaluation :
Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Utiliser les fonctionnalités avancées des réseaux sociaux
- Utiliser de nouveaux outils de community management
- Définir une stratégie cross-média durable
- Créer des opérations de communication et des événements digitaux

PROGRAMME

JOUR 1 :

Introduction

- Notions et chiffres.
- Pourquoi les réseaux sociaux sont incontournables
- Du partage sur les réseaux sociaux à la sharing economy
- Le social shopping
- L'horizontalisation de nos relations

Les grands piliers du community management

- Le métier de community manager
- L'engagement : la valeur centrale du community management.
- Pourquoi a-t-il tant de valeur ?
- Que change-t-il dans notre façon de consommer ?
- Comment doit on stratégiquement s'adapter

JOUR 2 :

Approfondir ses connaissances pour mieux utiliser Facebook.

- Le cycle de vie d'une publication
- Qu'est-ce que l'EdgeRank
- Qu'est-ce que le hashtag va changer.
- Qu'est-ce que l'open search graph va changer
- Le nouveau news feed (http://wearesocial.fr/)
- Les modifications de l'algorithme
- Les statistiques indispensables

Approfondir ses connaissances pour mieux utiliser les autres réseaux

- Qu'entraîne pour les marques l'évolution de X (ex-Twitter).
- Comment générer de l'engagement grâce à Instagram
- Optimiser son contenu Pinterest
- Miser sur les tout nouveaux réseaux
- Google + et le référencement
- Utiliser Hootsuite

Étendre son influence et sa visibilité avec X (ex-Twitter)

- Rechercher des profils utiles ou influents
- Optimiser la gestion de son compte X (ex-Twitter)
- Augmenter la visibilité de ses tweets sponsorisés
- Organiser un livetweet pour animer un événement

Assurer une veille efficace grâce à X (ex-Twitter)

- Organiser ses flux de veille
- Utiliser des fonctions de recherches avancées

JOUR 3 :

Bâtir une stratégie cross médias

- Raisonner réseaux sociaux
- Trouver le bon équilibre entre communication classique et communication en ligne.
- Comment rédiger pour les médias sociaux ?
- Préparer son contenu
- Définir sa ligne éditorial
- Optimiser son contenu pour les moteurs de recherche
- Optimiser son contenu pour la presse :communiqué de presse
- Faire vivre sa marque sur les réseaux sociaux au quotidien

Plan stratégique ponctuel pour gagner de la visibilité

- Organiser un live event
- Mettre en place des partenariats presse/web
- Créer un scénario (avant, pendant, après)
- C – Rendre social son site internet.
- Le Facebook connect.
- Le action sharing
- Les boutons sociaux
- Et toutes les autres applications à inventer.

JOUR 4 (1/2 JOURNÉE) :

Animer une blog d'entreprise

- Qu'est-ce que Google Author Rank.
- Qu'est-ce que Scoop.it
- Préparer son contenu : trouver des sources
- Rédiger les articles, poster, diffuser

Améliorer sa présence sut internet grâce au blog

- Définir les informations à communiquer à travers le blog
- Encadrer la charge de travail et la fréquence d'actualisation
- Penser dès le début au référencement
- Créer plusieurs blogs pour attirer et sélectionner par des canaux différents