Les fondamentaux du web et des réseaux sociaux perfectionnement

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Utiliser un ordinateur et les principaux réseaux sociaux
Public	Tout public, notamment les dirigeants d'entreprise et les salariés souhaitant développer leur utilisation du web et des 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 :

- Définir une stratégie webmarketing sur les médias sociaux
- Créer du contenu optimisé pour chaque média
- Élaborer une stratégie publicitaire pertinente

PROGRAMME

JOUR 1

Présentation des principaux réseaux sociaux

- Définition et historique des réseaux sociaux
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?
- Quels sont leurs modes de fonctionnement
- Les règles de confidentialité (protection de la vie privée)
- La sécurité sur les réseaux sociaux
- Le vocabulaire

Utiliser et distinguer les différents types de réseaux sociaux

- Les réseaux grand public à usage professionnel (Facebook, Instagram, X, TikTok)
- Les réseaux professionnels (LinkedIn)
- Spécificités et conseils d'utilisation des réseaux sociaux
- Comment choisir son réseau ?
- Que recherche-t-on et dans quel but ?
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?

Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux

- Les influenceurs : les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre
- Le marketing participatif : les facteurs clés de succès de la co-création

JOUR 2

Optimiser ses contenus en fonction du média social utilisé

- Découverte d'un logiciel de retouche d'images sur ordinateur et sur smartphone pour faire des montages, découper un visuel, optimiser le poids etc..
- Bien définir une charte graphique et éditoriale générale par média en fonction des cibles
- Créer et maîtriser les différents formats de publication et comprendre leur utilisation
- Comprendre la notion de droit d'auteur et utiliser une plateforme de téléchargement légal visuels libres de droit (gratuit et payant)