



Date de mise à jour : 02/04/2024

Réseaux sociaux et stratégie digitale

Développer sa stratégie de promotion et de commercialisation en utilisant les outils web et les réseaux sociaux.

Dates

Nous consulter

Durée

7 heures - En présentiel

Tarifs

Nous consulter

Possibilités de financement

Possibilité de prise en charge par les OPCO ou par le FIFPL

Lieux

Gap ou Briançon

Contact

Delphine TEYSSOT
06 81 84 91 73
d.teyssot@cci05formation.fr

Référent Handicap

Delphine TEYSSOT
06 81 84 91 73
d.teyssot@cci05formation.fr

Modalités d'accès

Entretien

Délai d'accès

Candidature à fournir avant le :
jusqu'à 5 jours avant le début de la formation

Blocs de compétences

Aucun

Équivalence

Aucune

Passerelles

Aucune

Suite de parcours

Non concerné

Publics

Dirigeants, salariés en charge du marketing, de la communication au sein de l'entreprise et travailleurs indépendants.

Objectifs

- Découvrir l'environnement des réseaux sociaux majeurs ainsi que toutes les possibilités offertes par Facebook pour booster la communication de son entreprise
- Comprendre l'environnement et les enjeux des nouveaux outils numériques
- Identifier les opportunités liées à leurs usages et les intégrer dans leur fonctionnement
- Appréhender ce qu'est une stratégie digitale

Pré-requis

Savoir lire et écrire, avoir des connaissances en informatique

Programme

Intégrer la stratégie social média - Travailler sur Facebook :

- Enjeux et état des lieux des différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Instagram, Google+, Pinterest,...)
- Présentation des différents réseaux : rôle, contenu, fonctionnement, viralité,...
- Construire sa stratégie et asseoir sa présence sur les réseaux sociaux.
- L'e-réputation
- Les erreurs à éviter
- Sites internet : stratégie cross média

Ateliers pratiques :

Création optimisation de votre page Facebook :

- Administration
- Fonctionnalités
- Acquisition
- Viralité

Facebook avancé :

- Poser une stratégie
- Animer un post Facebook
- Cibler, géolocaliser, techniques avancées,
- Créer de l'engagement
- Programmation, techniques avancées, outils externes
- Gérer son e-reputation
- Actions web marketing : sponsoriser, lancer des campagnes publicitaires
- Enjeux de visibilité et de mobilité
- Mesurer : connaître ses clients, statistiques

EVALUATION

Attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs conforme au contrat pédagogique

EQUIPES PEDAGOGIQUES

Formateurs spécialisés en milieu professionnel

Débouchés

Non concerné

Les +

Après avoir analysé les opportunités liées à la transition numérique, la formation propose à tous les participants d'appréhender les outils et la méthodologie à partir d'exemples et d'illustrations concrètes proposés.