

DÉVELOPPEMENT PAR LES RÉSEAUX SOCIAUX



2 jours (14h)

Pour connaître les dates et lieux des prochaines sessions, cliquez ici

PRÉ-REQUIS

Une maîtrise des bases de l'outil informatique est requise pour participer à la formation.

NATURE DE LA FORMATION

Acquisition et développement des compétences.

TARIF

Sur devis

TVA non applicable, Art. 261-4-4 du CGI

Des dispositifs de prise en charge existent (salariés, indépendants, demandeurs d'emploi...), veuillez nous contacter pour en savoir plus.

Réduction de tarif dans le cadre d'un financement personnel.

PRÉAMBULE

Les réseaux sociaux dénombrent 3,6 milliards d'utilisateurs dans le monde. Autrement dit, une personne sur deux est présente sur au moins un réseau social. En France, nous passons en moyenne par jour 1h22 à consulter nos réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux sont donc devenus des outils incontournables dans une stratégie de communication et cela quel que soit le secteur d'activité. Encore faut-il les maîtriser et savoir les utiliser efficacement afin de développer son entreprise, son association ou toute autre structure ayant besoin de communiquer.

L'objectif de cette formation est de permettre au public concerné de définir et de mettre en place une stratégie de communication sur les réseaux sociaux cohérente et optimale afin de gagner en visibilité, d'interagir avec sa communauté et de générer de futurs clients.



PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux associations, entreprises, collectivités territoriales ou toutes autres structures qui souhaitent développer leur communication sur les réseaux sociaux de manière optimisée et cohérente.

Cette formation s'adresse également aux professionnels du sport indépendants (coachs sportifs, enseignants en APA...) qui souhaitent acquérir les connaissances nécessaires pour mettre en place une stratégie de communication adaptée à leur activité sur les réseaux sociaux.



OBJECTIFS ET CONTENU

À l'issue de la formation vous serez capable de :

Définir et mettre en place une stratégie social média optimale [JOUR 1]

- Réalisation d'un benchmark concurrentiel et sectoriel
- Définition des objectifs
- Définition de la cible
- Définition du message et des piliers de contenu
- Mise en place d'une ligne éditoriale sur chaque réseau social

Faire des publications efficaces sur les réseaux sociaux grand public [JOUR 2]

- Gestion de la programmation
- Création de contenu suite à une veille autour des tendances de format
- Réalisation d'un reporting pour analyser vos actions
- Focus Instagram

Lancer une première campagne de publicité sur Facebook [JOUR 2]

- Le fonctionnement de base de Facebook business manager
- La création d'une campagne social ads

PRINCIPES ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Un questionnaire préformation est envoyé aux participants en amont de l'action : il permet d'identifier leurs attentes et de réaliser un positionnement pédagogique grâce à une auto-évaluation initiale des acquis.

Au cours de la formation, la formatrice utilisera :

- Des apports théoriques avec utilisation de la pédagogie active et une documentation pédagogique complète ;
- De nombreuses mises en application ;
- Plusieurs temps d'échanges ouverts sur les questionnements et projets des participants.

La formation peut être réalisée en présentiel mais également en visioconférence, c'est-à-dire une séquence interactive synchrone, avec présence constante de la formatrice. Le stagiaire peut solliciter le/la formateur(trice) sur tous les sujets dont il a besoin, en lien avec le contenu de la formation ou bien en lien avec son projet professionnel.

Pour les sessions réalisées en visio-conférence, le mail de convocation transmis 14 jours avant le début de l'action, décrit les modalités de connexion à la plateforme de visio-conférence et indique le lien de connexion pour suivre l'action de formation. Une assistance technique du référent pédagogique est à la disposition du stagiaire pour toute difficulté (réponse sous 48H - jours ouvrés).

SUIVI ET ÉVALUATION DES ACQUIS DE FORMATION

- Une feuille d'émargement pour chaque ½ journée de formation suivie ou un relevé de connexion pour les formations réalisées à distance ;
- Une évaluation des acquis sous forme de mise en application ;
- Un questionnaire post-formation pour mesurer la montée en compétences et évaluer la satisfaction à chaud ;
- Remise d'une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de la formation et les résultats de l'évaluation des acquis ;
- Remise d'une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de la formation et les résultats de l'évaluation des acquis ;
- Une évaluation « à froid » 6 mois après la formation, pour en mesurer l'efficacité opérationnelle.



FORMATRICES

MAGUER Amandine

Social media manager

EBERLAND Anne-Sophie

Bachelor en Management, Marketing et Commerce international
Master en Communication événementiel, relations presse et publiques



06 46 79 13 85
polefc@capformationssport.fr
www.capformationssport.com