

# Maîtriser les usages professionnels des réseaux sociaux

**Durée:** 6.00 heures (1.00 jours)

## Profils des stagiaires

- Community managers, services marketing, communication, Webmaster, ...

## Prérequis

- Notions de communication
- Maîtrise de l'outil informatique et de la navigation sur Internet

## Objectifs pédagogiques

- Choisir les réseaux sociaux pertinents parmi l'offre existante
- Maîtriser leur utilisation par rapport à son activité et la cible clients choisie/la communauté visée
- Animer ses réseaux sociaux, selon une stratégie précise

## Contenu de la formation

- Présentation des principaux réseaux sociaux existants
  - Historique
  - Les différents types de médias sociaux
  - Impact des médias sociaux
  - Le métier de Community Manager
- Utilisation des réseaux sociaux selon les cibles
  - Quel réseaux sociaux intégrer ?
  - B to C (animation communauté de particuliers)
  - B to B (animation de communautés d'entreprises)
- Un mode de communication adapté à chaque réseau
  - Facebook et Instagram
  - Twitter
  - Pinterest
  - LinkedIn
- Créer et bâtir son identité numérique
  - Créer son profil sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, ..)
  - Intégration de réseaux sociaux sur le site de l'entreprise / blog de l'activité / personal branding
  - Veille concurrentielle sur les réseaux sociaux afin de se différencier
  - Créer ou intégrer des groupes, participer (comment ?)
- Mettre en place une stratégie de communication/marketing
  - Définir l'usage dédié aux réseaux sociaux choisis (présentation produits, services, création d'une communauté clients, témoignages clients, événementiels, SAV...)
  - Atelier pratique adapté à son cas : mise en pratique d'une stratégie éditoriale
  - Audit interne des ressources de l'entreprise, audit externe, aspect légal.
- Ecrire pour le Web via les réseaux sociaux
  - Préconisations d'écriture/référencement/mots clés
  - Les erreurs à ne pas commettre
  - Le type d'informations à sélectionner pour intéresser clients et prospects
- Monter en puissance/mesurer ses actions sur les réseaux sociaux
  - Animer ses réseaux sociaux : notions de community management
  - Fédérer une communauté de prescripteurs sur les réseaux sociaux

# Digitalneed

77 rue Saint-Germain

91760 ITTEVILLE

Email: [contact.digitalneed@gmail.com](mailto:contact.digitalneed@gmail.com)

Tel: 06 22 08 59 35

# Digit@lneed

- Analyser les actions effectuées grâce à des outils d'analyse
- Analyse de l'exercice effectué
  - Validation de la stratégie du choix des réseaux sociaux (ROI visibilité clientèle)
  - Validation de la stratégie éditoriale selon actions effectuées

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Virginie Boullé

### Moyens pédagogiques et techniques

- Etude de cas concrets
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.