



FF12-22

COMMUNICATION/ MARKETING

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET GÉRER LA E-RÉPUTATION DE MON ÉTABLISSEMENT

Public concerné : personnel de l'entreprise

Prérequis : Savoir utiliser internet

Évaluation des prérequis : Entretien téléphonique avec le formateur ou envoi questionnaire au préalable

Mise en œuvre : Formation en présentiel

Durée : 14 heures (2 jours de 7 heures)

Tarif : 1300 Euros HT

1000 Euros HT (adhérent RESO)

5000 Euros HT (formation intra entreprise)

Prise en charge possible via AKTO

Nombre de stagiaires : 2 pers. minimum, 6 pers. maximum

Personnes en situation de handicap : Adaptations possibles de conditions d'accueil et d'animation selon besoin(s) spécifique(s), merci de nous contacter.

Dates, ville, accès : Consultez notre planning de sessions sur www.reso-formation.fr

Inscription : Merci de nous faire part de votre demande via la fiche formation concernée (formulaire d'inscription à compléter) sur www.reso-formation.fr RESO formation s'engage à vous répondre dans les 72 heures suivant votre demande et à débiter la prestation dans les 1 à 2 mois à compter de l'acceptation de la prise en charge du dossier.

Mise À jour : mars 2022



Communiquer sur les réseaux sociaux et gérer la E-réputation de mon établissement

OBJECTIF(S) DE FORMATION

À l'issue de la formation vous serez en mesure d'appréhender les réseaux sociaux pour une communication efficace

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ❖ Savoir gérer de A à Z la communication en ligne de son établissement .

PROGRAMME DE FORMATION

A- Réseaux sociaux

1 – Réseaux sociaux : faits et idées reçues

Quels réseaux sont pertinents pour mon établissement ? Faut-il beaucoup de temps pour gérer mes réseaux sociaux ? Les réseaux sociaux sont-ils gratuits pour les entreprises ?...

2 – Quel contenu publier sur ses réseaux sociaux ?

De l'importance des visuels, Partagez du contenu exclusif, Passez devant la caméra, Le « User Generated Content » au service de votre communication, Créer un calendrier éditorial.

3 – Instagram : séduire son client par l'image

Création et paramétrage d'une page Facebook et un compte Instagram, Quel contenu fonctionne le mieux ?, Quel rythme de publication adopter ?, Comment faire grandir sa communauté ?, ...

4 – Quels sont les autres réseaux sociaux ?

Présentation d'autres plateformes : Pinterest, LinkedIn, Twitter, TikTok.

5 – La publicité sur les réseaux sociaux

Pourquoi faire de la publicité ?, Présentation du Gestionnaire de Publicité.

6 – Les outils pour gérer sa présence en ligne et GAGNER DU TEMPS

Programmation des publications, Création et gestion d'un calendrier éditorial, Planification de vos publications sur plusieurs réseaux sociaux.

B- E-réputation

1 – Comment effectuer sa veille ?

Qu'est-ce qu'une veille ?, Quels sont les outils pour une veille efficace ?

2 – Comment référencer son établissement au niveau local ?

Revendiquer son établissement sur Google My Business, Paramétrer et optimiser sa fiche entreprise, Créer des publications Google Posts, Obtenir des avis par Google, Détecter et s'inscrire sur les annuaires.

3 – Plateformes d'avis clients

Gérer vos avis clients plus facilement, Bonnes pratiques pour répondre à un avis.

C- Tableau de bord et reporting

1 – Statistique et analyse des résultats

Savoir lire et interpréter les statistiques des réseaux sociaux, L'importance d'analyser mes résultats

VALIDATION DES COMPÉTENCES

Il sera demandé à chaque stagiaire, à l'issue de la formation, de répondre à une vingtaine de questions au maximum, qui permettront de vérifier si les principes essentiels découlant de la formation ont bien été acquis par chacun d'entre eux ou encore d'effectuer un exercice pratique (mise en situation). D'autre part, un questionnaire d'appréciation sera remis également aux participants.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation présentielle se déroulera dans le respect du programme de formation qui aura été préalablement remis aux stagiaires, et ce, suivant une alternance d'exposés théoriques et de cas pratiques.