

Réseaux Sociaux option community management

Objectif de la Formation : À la fin de cette formation, les stagiaires seront capables de gérer leurs réseaux sociaux de manière autonome, en utilisant des stratégies efficaces pour développer leur présence en ligne et engager leur audience

Module 1 : Introduction aux Réseaux Sociaux et Stratégie de Contenu

Durée : 4 heures, Objectifs du Module

- Comprendre les bases des réseaux sociaux
- Développer une stratégie de contenu efficace

14h-14h15 : Prise de contact, présentation, remise des différents documents (Livret d'accueil, règlement intérieur, support de cours) signature feuille de présence.

14h15 - 16h00

1. Introduction aux Réseaux Sociaux

- Définition et importance des réseaux sociaux
- Présentation des principales plateformes (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok)
- Étude de cas : Exemples de réussites sur les réseaux sociaux

2. Définir ses Objectifs sur les Réseaux Sociaux

- Identifier les objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels)
- Aligner les objectifs avec la stratégie globale de l'entreprise

3. Connaître son Audience

- Créer des personas d'audience
- Utiliser les outils d'analyse pour comprendre son audience (Google Analytics, Facebook Insights, etc.)

16h00 - 16h15 Pause

16h15 - 17h40

4. Développer une Stratégie de Contenu

- Types de contenu (texte, image, vidéo, infographie, etc.)
- Calendrier éditorial : planification et organisation
- Outils de gestion de contenu (Hootsuite, Buffer, Later)

5. Atelier Pratique : Créer un Calendrier Éditorial

- Exercice : Développer un calendrier éditorial pour un mois
- Feedback et ajustements

17h40-17h50 : QCM de contrôle sur le programme de la journée.

17h50-18h00 : Correction et débriefe, conclusion de la journée.

Module 2 : Engagement et Interaction avec l'Audience

Durée : 4 heures, Objectifs du Module

- Apprendre à engager son audience
- Utiliser les outils d'interaction pour maximiser l'impact

14h-14h15 : Tour de table et météo intérieur signature feuille de présence.

14h15 - 16h00

1. Engager son Audience

- Techniques pour augmenter l'engagement (likes, commentaires, partages)
- Importance de la réactivité et de l'interaction

2. Utiliser les Fonctionnalités des Réseaux Sociaux

- Stories, Reels, Live, Polls, etc.
- Étude de cas : Utilisation réussie des fonctionnalités

3. Gestion des Commentaires et Messages

- Répondre aux commentaires positifs et négatifs
- Gestion des messages privés

16h00 - 16h15 Pause

16h15 - 17h40

4. Collaborations et Partenariats

- Identifier les influenceurs et partenaires potentiels
- Stratégies de collaboration efficaces

5. Atelier Pratique : Répondre aux Commentaires

- Exercice : Simulation de gestion de commentaires
- Feedback et ajustements

17h40-17h50 : QCM de contrôle sur le programme de la journée.

17h50-18h00 : Correction et débriefe, conclusion de la journée.

Module 3 : Analyse des Performances et Optimisation

Durée : 4 heures, Objectifs du Module

- Analyser les performances des réseaux sociaux
- Optimiser les stratégies pour améliorer les résultats

14h-14h15 : Tour de table et météo intérieur signature feuille de présence.

14h15 - 16h00

1. Analyse des Performances

- KPIs (Key Performance Indicators) à suivre
- Outils d'analyse (Google Analytics, Facebook Insights, Instagram Insights, etc.)

2. Interpréter les Données

- Comprendre les métriques clés (reach, engagement, taux de conversion, etc.)
- Identifier les tendances et les opportunités

3. Optimisation des Stratégies

- A/B testing : tester différentes approches
- Adapter la stratégie en fonction des résultats

16h00 - 16h15 Pause

16h15 - 17h40

4. Publicité sur les Réseaux Sociaux

- Introduction aux publicités payantes
- Créer une campagne publicitaire efficace

5. Atelier Pratique : Analyse et Optimisation

- Exercice : Analyser les performances d'un compte fictif
- Proposer des optimisations basées sur les données

17h40-17h50 : QCM de contrôle sur le programme de la journée.

17h50-18h00 : Correction et débriefe, conclusion de la journée.

À la fin de cette formation, les stagiaires auront acquis les compétences nécessaires pour gérer leurs réseaux sociaux de manière autonome. Ils seront capables de développer une stratégie de contenu efficace, d'engager leur audience, et d'optimiser leurs performances en fonction des analyses.