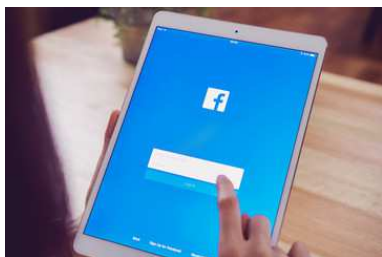


FACEBOOK POUR LES ENTREPRISES

Pour créer et gérer sa page pro sur Facebook



DUREE

2 jours – 14 heures

OBJECTIFS

- Analyser son potentiel Facebook
- Créer une page qui percute
- Se distinguer sur Facebook
- Créer des campagnes publicitaires
- Analyser les statistiques de sa page

POUR QUI

- Responsable / chargé(e) de communication, Chef de projet web, webmarketeur, webmaster
- Chef d'entreprise TPE, indépendant

PREREQUIS

Bon usage informatique, utilisation courante du web (recherche et navigation).

PEDAGOGIE

Pédagogie active et participative. Alternance d'apports théoriques et d'études de cas. Des exercices pratiques permettent de faire la synthèse des thèmes traités. Travail en sous-groupe, individuel et collectif sur des études de cas ou son entreprise.

MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, formatrice professionnelle pour adultes, justifiant d'une expertise significative dans la communication digitale, création de site web et rédaction de contenu doublée d'une solide expérience en face-à-face pédagogique.

EVALUATION

Evaluations formatives : exercices, QCM, questions/réponses

Feuille d'évaluation afin de mesurer la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement et de la prestation du formateur.

VALIDATION

Attestation de formation.

MATERIEL A APPORTER

Ordinateur portable.

PROGRAMME

I. ANALYSER SON « POTENTIEL FACEBOOK »

- Définir ses objectifs d'une présence Facebook
- Distinguer profil, page, groupes
- Utiliser les avantages de Facebook
- Intégrer les conditions de réussite
- Identifier son persona clé

II. CREER UNE PAGE QUI PERCUTE

- Disposer d'une page complète
- Identifier les éléments clés de pages qui fonctionnent / ne fonctionnent pas
- Identifier une ligne éditoriale pour son persona

III. SE DISTINGUER SUR FACEBOOK

- Analyser ses concurrents
- Créer de l'engagement : ton et visuels
- Varier les types de publication
- Créer l'événement : live et jeux concours
- Ajouter des applications, des onglets
- Modérer

IV. CREER DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Définir ses objectifs
- Créer une publicité
- Identifier les meilleures pratiques

V. ANALYSER LES STATISTIQUES DE SA PAGE

- Identifier les différents segments de fans
- Mesurer son retour sur investissement

LIVRABLES

- Support de cours dématérialisé.



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com