



### DUREE

2 jours – 14 heures

### OBJECTIFS

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

### POUR QUI

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

### PREREQUIS

Aucun

### PEDAGOGIE

Pédagogie active et participative favorisant l'apprentissage et l'implication des stagiaires.

Alternance d'apports théoriques, questions-réponses, QCM, exercices et mises en pratique.

Travail individuel et collectif sur des études de cas ou son entreprise.

### MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, formatrice professionnelle pour adultes, avec une double compétence en communication digitale, création de site web et rédaction de contenu et en face-à-face pédagogique.

### LIVRABLES

Support de cours dématérialisé.

### DELAIS D'ACCES

Inter : selon calendrier

Intra : en concertation avec l'entreprise

### ACCESSIBILITE

Locaux accessibles aux PMR.

Autres handicaps : nous contacter pour mise en place des moyens de compensation.

### TARIF

Nous consulter.

### PROGRAMME

#### I. ANALYSER SON « POTENTIEL FACEBOOK & INSTAGRAM »

- Définir les objectifs d'une présence Facebook et Instagram
- Distinguer profil, page, groupes
- Utiliser les avantages de Facebook et Instagram
- 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 / INSTAGRAM

- 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

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

### EVALUATION

Questionnaire de positionnement.

Evaluation formative.

Evaluation de la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

### VALIDATION

Attestation de fin de formation.

### MATERIEL A APPORTER

Ordinateur portable



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com