

# OPTIMISER VOTRE COMMUNICATION VIA LES RESEAUX SOCIAUX

## **PARTICIPANT(S) :**

Toute personne souhaitant découvrir et utiliser les réseaux sociaux.

## **ORGANISATION :**

**Durée :** 14 heures

**Lieux :** Campus du lac ou  
Campus de Libourne

## **PRE-REQUIS :**

Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites web

## **INTERVENANT(S) :**

Formateur expert des Réseaux sociaux et du Web.

## **VALIDATION DE LA FORMATION :**

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

### **CAMPUS DU LAC**

N° SIRET 410 581 102 00010

Code APE-NAF 8542Z

N° Existence 7233 042 4333

#### Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996

–

33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

33 rue Max Linder

33504 Libourne Cedex

Tél : 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

## **OBJECTIFS**

### **Nature de l'action : Acquisition de compétences**

- Identifier les conditions de réussite et les raisons des échecs de la communication sur les réseaux sociaux
- Formaliser une stratégie efficace sur les réseaux sociaux
- Choisir les réseaux sociaux les plus pertinents par rapport à son activité et ses objectifs
- Animer ses réseaux sociaux
- Evaluer les résultats de ses actions sur les réseaux sociaux

## **MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES**

Les participants sont invités à se présenter à la formation munis de leurs productions écrites ou de leurs projets d'écriture.

L'intervenant déploie une pédagogie active, centrée sur la pratique des participants.

Méthodes et outils adaptés à la formation : mise en situation, QCM, exercices d'application...

## **CONTENU DU PROGRAMME**

### **CONTEXTE ET ENJEUX**

Les comportements et les attentes des internautes sur les réseaux sociaux  
Les modèles économiques des réseaux sociaux

### **FACEBOOK ET TWITTER POUR LES PROFESSIONNELS ET LES ENTREPRISES**

Les particularités de ce réseau social : opportunités et contraintes

Les actions possibles pour les professionnels et les entreprises

Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter

Techniques d'animation sur ce réseau social

La fixation des objectifs et des indicateurs de mesure

### **GOOGLE + POUR LES PROFESSIONNELS ET LES ENTREPRISES**

Les particularités de ce réseau social : opportunités et contraintes

Les actions possibles pour les professionnels et les entreprises

Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter

Techniques d'animation sur ce réseau social

La fixation des objectifs et des indicateurs de mesure

### **LES RESEAUX BTOB, INSTAGRAM, PINTEREST ET VINE POUR LES PROFESSIONNELS ET LES ENTREPRISES**

Les particularités de ces réseaux sociaux : opportunités et contraintes

Les actions possibles pour les professionnels et les entreprises

Les bonnes pratiques et les erreurs à éviter

Techniques d'animation sur ce réseau social

La fixation des objectifs et des indicateurs de mesure

### **CHOISIR LES BONS RESEAUX SOCIAUX POUR SON ENTREPRISE (EXERCICE PRATIQUE)**