



PROGRAMME DE FORMATION

Intitulé : Découvrir, comprendre et utiliser les réseaux sociaux dans le cadre professionnel

Public : Toute personne qui souhaite mettre utiliser les réseaux sociaux dans le cadre de son activité professionnelle, que ce soit dans un but promotionnel, informatif ou de recrutement.

Pré-requis :

- ✗ Ordinateur, tablette ou smartphone.
- ✗ Connexion à Internet (en wifi ou avec forfait de données mobiles).
- ✗ Adresse email professionnelle pour créer les différents comptes.
- ✗ Maîtrise minimale du smartphone : savoir prendre une photo, la retrouver dans la mémoire et la transmettre.
- ✗ Notions de base sur la navigation Internet.

Objectifs :

- ✗ Découvrir les différents réseaux sociaux existants qui peuvent être utilisés dans le cadre professionnel.
- ✗ Comprendre les différences entre les différents réseaux présentés : cibles, types de publications, objectifs...
- ✗ Définir et sélectionner les réseaux adaptés à l'activité professionnelle du stagiaire.
- ✗ Mettre en place un plan de communication : fréquence, type de publication.
- ✗ Réfléchir aux indicateurs permettant de mesurer l'impact du plan de communication et mettre en place un système de suivi (tableau, agenda...)
- ✗ Savoir intégrer les clients au plan de communication pour se placer dans un cercle vertueux



Contenu :

- ✘ Introduction aux réseaux sociaux
 - Définitions : réseau social, publication, partage, suivi, e-réputation
 - Fonctionnement général d'un réseau social
 - Distinction vie privée / vie professionnelle
- ✘ Présentation des réseaux étudiés
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Viadeo & LinkedIn
 - Comparatif selon les objectifs et la cible
- ✘ Facebook
 - Profil pro, page publique, page privée ou groupe ?
 - Créer sa communauté
 - Animation : quel contenu, à quelle fréquence, à quel moment ?
 - Analyse du trafic
 - Création d'événements, concours et autres promotions
 - La publicité payante sur Facebook
- ✘ Twitter
 - Utilisateur, hashtag, followers, tweet et retweet, message privé
 - Créer son réseau en suivant les bonnes personnes
 - La publication en 140 caractères
 - Outils de suivi et de gestion
- ✘ Instagram
 - Evaluation de la pertinence d'une communication visuelle
 - Les différents types de publication : photo, vidéo, story, live
 - L'algorithme d'Instagram
 - Campagnes publicitaires et concours Instagram
 - Analyse des statistiques
- ✘ Viadeo & LinkedIn
 - Pourquoi un chapitre commun ?
 - Quelques chiffres : nombre d'utilisateurs, catégorisation
 - Mise en place d'une communauté
 - Le recrutement version 2.0



- × Travaux pratiques
 - Détermination de la cible et des réseaux sociaux adaptés
 - Création des comptes et paramétrage
 - Mise en place d'une stratégie de publication en fonction des objectifs et possibilités (disponibilité, nombre d'intervenants)
 - Configuration des liens entre site web, blog, boutique en ligne et réseaux sociaux
 - Comment intégrer les clients aux différents réseaux sélectionnés ?

Moyens techniques :

- × Tous les réseaux sociaux peuvent être appréhendés et étudiés sur un smartphone, mais pour plus de confort et d'efficacité, il sera demandé aux stagiaires de se munir d'un ordinateur.
- × Pour les personnes ne disposant pas d'un ordinateur, il sera possible d'en mettre un à leur disposition, mais cette information devra être précisée au prestataire au moment de l'inscription ou au plus tard 2 semaines avant la journée de formation.
- × La formation pourra être dispensée soit dans les locaux de l'entreprise employant les stagiaires, soit dans des locaux extérieurs en fonction des besoins.

Méthode pédagogique :

- × Cette formation alternera entre théorie, pour bien comprendre tous les tenants et les aboutissants des réseaux sociaux concernés, et pratique, pour amener les participants à définir par eux-mêmes ceux qu'ils jugent les plus pertinents dans le cadre de leur activité professionnelle.
- × A la fin de la formation, les profils (ou pages) nécessaires auront été créés sur les réseaux sociaux jugés pertinents, et une stratégie de publication avec tableau de suivi sera mise en place en accord avec les disponibilités des stagiaires.



Déroulement du stage de formation :

- ✗ Le stage dure 17h00, réparties sur 2 journées de la manière suivante : 8h30 - 13h00 et 14h00 - 18h00
- ✗ Une fois l'introduction (objectif 1) passée, le déroulement des autres objectifs ne sera pas forcément linéaire car adapté aux besoins / souhaits / connaissances des stagiaires, et il sera donc possible de passer des travaux pratiques aux sections dédiées à chaque réseau social aussi souvent que nécessaire.

Suivi de l'exécution et évaluation des résultats :

- ✗ Cette formation devant permettre d'aboutir à la création de profils sur les réseaux sociaux jugés pertinents, le nombre de participants sera limité à 4 s'il s'agit d'indépendants (dans le même secteur d'activité) et 8 si ce sont des employés d'une même société.
- ✗ Les objectifs seront parcourus de manière très pratique, les notions théoriques nécessaires à leur bon déroulement seront toutes rappelées dans les supports fournis pour être consultables à l'infini y compris après la fin de la formation.
- ✗ Le suivi de la stratégie élaborée lors de la formation sera offert pendant 3 mois par la formatrice, à raison d'1 heure par mois par téléphone ou skype.
- ✗ Si les stagiaires le souhaitent, une prestation de suivi pourra être mise en place avec la formatrice au terme des 3 mois de suivi offerts pour adapter la stratégie de communication en fonction des résultats et des évolutions d'entreprise.

Encadrement :

- ✗ Les stagiaires seront encadrés par Mlle Mailis AMALRIC, indépendante en informatique, titulaire d'un Master 2 Ingénierie et Gestion des Systèmes d'Information, mention Bien, obtenu à l'Université Toulouse 1 Capitole en octobre 2009, et dont la déclaration d'activité a été enregistrée sous le numéro 73 31 05967 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées.