



Intitulé du module :

Animer des réseaux sociaux

Contenu du programme :

Module 1 : Présentation formation et stagiaires

Module 2 : Réseaux sociaux : usages et positionnement

Les tendances de la vente en ligne et du marketing conversationnel
 Les profils clients et leurs comportements d'achat sur les réseaux
 Les bénéfices du numérique pour l'entreprise, les équipes et la clientèle
 Rôle des réseaux sociaux dans la stratégie commerciale
 Différences entre Facebook et Instagram = rôles complémentaires
 Quel canal pour quel public ?

Module 3 : Création et animation de contenu

Typologie des contenus, calendrier éditorial, storytelling, visuels et hashtags
 Quel format ? photo, vidéo, live ? intérêt, avantages, inconvénients

Module 4 : Interactions avec la communauté

Principes de la gestion de la relation client (GRC)
 Identification des besoins clients à partir des interactions réseau
 Réponses aux commentaires, gestion des messages, animation d'une communauté
 Intérêt de la transversalité des communications, de la cohérence entre les supports
 Bonnes pratiques

Module 5 : Suivi et évaluation des performances

Utilisation des statistiques Facebook Insights / Instagram Analytics
 Ajustements
 Lien et cohérence entre la boutique et les réseaux

Module 6 : évaluation

Objectifs pédagogiques :

- ☐ Savoir communiquer efficacement sur Facebook et Instagram
- ☐ Maîtriser les spécificités et opportunités de chaque réseau social
- ☐ Encourager la transversalité et la cohérence des communications entre supports
- ☐ Monitorer et analyser les performances de ses publications pour ajuster ses actions

Public visé :

Dirigeants, entrepreneurs ou tous les salariés des 54 branches professionnelles et l'interprofession relevant de l'OPCO EP.

Prérequis :

Aucun, une première pratique personnelle ou professionnelle des réseaux sociaux est un plus, mais non obligatoire.

Modalités pédagogiques :

100% en présentiel ou 100% en distanciel
 Alternance de techniques pédagogiques

- ☐ Méthode expositive : exposé du formateur / de la formatrice
- ☐ Méthode participative : échanges, débat
- ☐ Méthode active : travail en sous-groupes, atelier pratique, complétude de son plan d'action individuel, challenge participatif, élaboration collaborative d'une charte de bonnes pratiques, etc.
- ☐ Méthode réflexive : échanges de pratiques, réflexion sur les pratiques professionnelles

Durée de formation en heures et en jours :
 1 jour – 7 heures

Organisme de formation – contact de l'OF à renseigner mail et Tel :

direction.evolution@irfa-formation.fr
 02 33 29 80 42