



Réseaux sociaux : les clés pour attirer, engager et fidéliser

Formation professionnelle - courte | Sans niveaux spécifiques



Savoir communiquer via les réseaux sociaux - Apprenez à atteindre et interagir avec votre public, promouvoir votre marque ou produits, et surveiller votre réputation en ligne. Optimisez votre présence digitale pour un impact maximal.

TARIF

680€ nets

Effectif min. de démarrage : Sous réserve d'inscrits suffisants

DURÉE ET RYTHME

2 jours

LIEUX

Inter-entreprise

Albi, Béziers, Cahors, Carcassonne, Foix / Saint-Paul-de-Jarrat, Mende, Montpellier, Narbonne, Nîmes – Marguerittes, Perpignan, Sète, Tarbes

Intra-entreprise

Possibilité avec tous les Purple Campus d'Occitanie (sur devis)

MODALITÉS D'ACCÈS

7 jours au plus tard avant le début de la formation sous réserve d'acceptation de financement

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Public cible

- Responsable marketing
- Responsable de communication

Pré-requis et niveau d'entrée

- Cette formation ne nécessite pas de prérequis

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre et connaître les principes du Web et utiliser les réseaux sociaux
- Développer l'image d'une entreprise grâce aux réseaux sociaux
- Intégrer les réseaux sociaux dans la stratégie marketing de l'entreprise

MODALITÉS VALIDATION & ÉVALUATIONS

Validation

- En début de formation : test de positionnement ou entretien de diagnostic

Evaluations

- En fin de formation : Evaluation des acquis de la formation, délivrance attestation de fin de formation et ou certificat de réalisation.
- Enquête de satisfaction à chaud et à froid

98%

des clients recommandent les formations en Commerce – Vente de Purple Campus

LANGUE D'ENSEIGNEMENT

Français

ÉQUIPES & MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formateurs experts des domaines et qualifiés par Purple Campus dans le cadre de sa démarche Qualité

Pédagogie active et multimodale, analyse de cas concrets, mise en situation, travail personnalisé en entreprise...

Salles de formation équipées pour une pédagogie active – plateaux techniques, Environnement Numérique de Travail (ENT), logiciels métiers

CO-TRAITANCE

Non

ACCESSIBILITÉ

Toutes les formations dispensées par Purple Campus se déroulent dans des conditions qui répondent aux exigences réglementaires et légales pour l'accueil des personnes en situation de handicap.

Délais d'accès : durée d'instruction du dossier

PROGRAMME

- Présentation des principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, etc.).
- Choisir les bons réseaux pour son entreprise
- Créer et optimiser un profil d'entreprise sur les réseaux sociaux.

Créer du contenu

- Identifier sa cible et définir ses objectifs de communication.
- Identifier les objectifs de communication : visibilité, engagement, conversion.
- Comment créer du contenu pertinent et engageant ? (textes, images, vidéos, stories, reels).
- Présentation d'outils pour la création de visuels et vidéos (Canva,...)
- Définir un calendrier éditorial : fréquence de publication, types de contenus

Utiliser les Hashtags et Interagir avec sa communauté

- Comprendre l'importance des hashtags et savoir les utiliser.
- Techniques pour augmenter l'engagement
- Stratégies d'interaction pour créer une communauté fidèle

Publicités et promotions sur les réseaux sociaux

- Introduction aux campagnes publicitaires : Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads.
- Comment définir un budget et des objectifs pour les campagnes payantes ?
- Les bases de la création d'une publicité efficace : visuel, texte, CTA (call-to-action).
- Différences entre le contenu sponsorisé et le contenu organique.

Analyser et optimiser sa stratégie

- Introduction aux outils d'analyse de performances (Facebook Insights, Instagram Analytics, LinkedIn Analytics).
- Adapter sa stratégie en fonction des résultats obtenus : ce qui fonctionne, ce qui doit être amélioré.
- L'importance de tester, ajuster et itérer sur ses contenus et sa stratégie.

Gérer sa réputation en ligne

- L'importance de l'e-réputation pour une entreprise.
- Gérer les avis clients et les interactions sur les réseaux sociaux.
- Comment répondre aux crises ou aux critiques en ligne.
- Utiliser les témoignages et retours d'expérience pour renforcer la crédibilité de son entreprise.
- Répondre à des avis et améliorer son image sur une plateforme de notation (Google My Business, Facebook).

