

LES RÉSEAUX SOCIAUX – Niveau 1

Cette formation vous permettra de savoir et comprendre l'utilisation des réseaux sociaux

Durée en heures : 21,00

Profils des stagiaires : Toute personne ayant en charge l'utilisation et la gestion de la communication dans sa structure.

Nombre de stagiaire par session : de 1 à 8 stagiaires maximum.

Pré-requis : Connaissance de son activité, être à l'aise sur un poste informatique.

Objectifs pédagogiques

À la fin de la formation, l'apprenant sera capable de :

- Choisir les bons réseaux en fonction de la cible ;
- Configurer un compte ;
- Poster un message ;
- Recruter et développer sa communauté.

Contenu de la formation et Aptitudes développées

Module 1 – Création des comptes et choix des réseaux sociaux (7 heures)

- Choisir les réseaux sociaux selon la cible :
 - Introduction aux différents réseaux sociaux et leur audience (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok, etc.).
 - Identifier les caractéristiques des différentes plateformes pour choisir les plus adaptées en fonction des objectifs (cibler un public jeune, professionnel, ou localisé).
 - Exemples concrets d'entreprises ou de structures utilisant avec succès les réseaux sociaux en fonction de leur cible.
- Création des comptes sur les réseaux sociaux :
 - Guide étape par étape pour créer des comptes professionnels sur les plateformes choisies.
 - Paramétrage des informations de base (nom, bio, logo, visuel de couverture).
 - Paramétrage avancé (options de sécurité, confidentialité, gestion des rôles administrateurs).
- Configuration des comptes :
 - Paramétrage des notifications pour une gestion efficace des messages et des alertes.
 - Paramétrage des outils de sécurité pour protéger les comptes professionnels.
 - Optimisation des profils pour le référencement naturel sur les plateformes sociales (SEO social).
 - Mise en place d'une page professionnelle, différenciation entre page entreprise et profil personnel.

Module 2 – Poster un message et gérer l'interface (7 heures)

- Interface et fonctionnalités des réseaux sociaux :
 - Exploration de l'interface des réseaux sociaux principaux (Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.).
 - Comprendre les outils à disposition pour poster des contenus : visuels, vidéos, carrousels, articles.
 - Étude des fonctionnalités principales : gestion des publications, interaction avec les abonnés, création d'événements.
- Créer et poster un message :
 - Rédaction d'un message percutant et adapté à chaque plateforme (incorporation d'images, vidéos et textes).
 - Utilisation des hashtags pour améliorer la portée des publications.
 - L'importance du timing : déterminer le meilleur moment pour publier selon l'audience cible.
 - Planification des posts : utiliser des outils comme Buffer ou Hootsuite pour automatiser la publication des contenus.
 - Formation à la création de visuels attrayants avec des outils simples comme Canva.
- Analyser l'impact des publications :

- ❖ Suivi des statistiques de chaque publication (engagement, portée, partages).
- ❖ Utilisation des outils d'analyse intégrés aux réseaux sociaux (Facebook Insights, Instagram Insights, etc.).
- ❖ Ajustement des messages en fonction des résultats obtenus.

Module 3 – Community Management : Recruter et développer sa communauté (7 heures)

- ❖ Introduction au Community Management :
 - ❖ Rôle du Community Manager : définir ses missions, objectifs et outils nécessaires.
 - ❖ Comprendre la stratégie de communication et l'importance de la cohérence dans les messages.
 - ❖ Comment interagir efficacement avec les abonnés pour encourager les échanges (réponses aux commentaires, messages privés, modération).
- ❖ Recruter sa communauté :
 - ❖ Stratégies pour attirer des abonnés qualifiés et créer un réseau pertinent.
 - ❖ Utilisation des outils de publicité payante pour toucher une audience plus large (Facebook Ads, LinkedIn Ads, Instagram Ads).
 - ❖ Organiser des concours ou des événements en ligne pour encourager les abonnements.
- ❖ Développer sa communauté :
 - ❖ Techniques pour fidéliser les abonnés et les transformer en ambassadeurs de la marque.
 - ❖ Créer un contenu engageant et adapté à la cible : contenus interactifs, sondages, stories.
 - ❖ Gestion des crises et des commentaires négatifs : bonne pratique de communication.
- ❖ Mesurer et analyser la croissance de la communauté :
 - ❖ Utilisation d'outils d'analyse pour suivre l'évolution de la communauté : nombre de nouveaux abonnés, taux d'engagement, interactions.
 - ❖ Analyser l'efficacité des campagnes de recrutement et ajuster les stratégies en fonction des résultats obtenus.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique :

Nos intervenants sont des experts dans la gestion de la communication digitale et du community management, avec des années d'expérience pratique. Leur expertise et leurs connaissances approfondies des réseaux sociaux et de la création de contenus vous permettront de maîtriser les compétences nécessaires pour réussir dans ce domaine.

La responsable pédagogique de ETHYPIK s'assurera de la bonne organisation et du bon déroulé pédagogique de la formation et peut être contactée à tout moment par le client : stagiaire ou intervenant pour répondre à vos besoins.

Accessibilité :

ETHYPIK s'engage à tout mettre en œuvre pour permettre l'accessibilité de cette formation à tous.

Pour accompagner au mieux les Personnes en Situation de Handicap, nous vous remercions de vous rapprocher de notre Référent Handicap pour étudier avec vous les conditions d'adaptations de la formation. (Marie Morel : **0602087490**)

Moyens pédagogiques et techniques :

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ;

L'intervenant utilisera son PC et son vidéo projecteur, si besoin ;

Pour les formations en intra : utilisation du matériel et des spécialités des locaux pour réaliser les mises en situation ;

Un support dématérialisé est remis au stagiaire selon les besoins ;

Modalités pédagogiques : Démonstrative, pédagogie inversée et interrogative, mise en situation. Ces modalités peuvent être adaptées le jour de la formation en fonction des besoins des stagiaires et du formateur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation :

Une feuille de présence élargée par les stagiaires et le formateur ;

Des questions écrites sous forme de QCM en début et fin de formation afin d'évaluer le niveau des acquis sur la thématique ;

Une évaluation en cours de formation peut se réaliser de différentes manières selon le contenu de la formation : mise en situation, quizz, exercice pratique ;

ETHYPIK

3 rue du Gargal – Saint-Cyprien

contact@ethypik.fr

06 02 08 74 90



Une évaluation de la satisfaction à chaud de chaque stagiaire est réalisée en fin de formation ;

Une attestation de suivi de formation sera adressée aux participants.

Délai d'accès : le délai d'inscription à la formation est au minimum de 2 semaines avant la date de réalisation.

Modalité d'évaluation & Indicateurs Qualité

La formation est sanctionnée par :

Remise d'un Certificat de réalisation aux stagiaires à la fin de la formation. Possibilité d'approfondir cette formation avec d'autres modules de formation.

Modalité d'évaluation :

Évaluation des acquis tout au long de la formation et QCM sur les connaissances acquises en fin de formation.