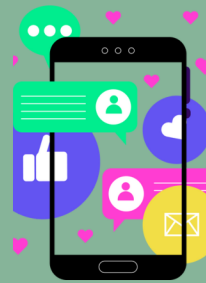




APT FORMATION
APPRENDRE POUR TOUS

RESEAUX SOCIAUX



Durée : 7 Heures

**Lieu : Dans l'entreprise
ou en Distanciel**

Profil des stagiaires :

- Entrepreneurs, indépendants, responsables communication et marketing
- Salariés en charge de la communication digitale
- Toute personne souhaitant développer une présence professionnelle sur les réseaux sociaux

Pré-requis :

- Connaissances de base en informatique et navigation internet
- Avoir un smartphone ou un ordinateur portable

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- Formateurs expérimentés

Moyens pédagogiques et techniques

- supports de cours numériques, exercices en ligne, exemples concrets de campagnes.

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

- Exercices pratiques (création d'un post, mini-campagne publicitaire fictive)
- Quiz de validation des acquis
- Attestation de formation remise en fin de session

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux et usages des réseaux sociaux.
- Choisir les plateformes adaptées à leurs objectifs et à leur cible.
- Élaborer une stratégie de contenu efficace et engageante.
- Utiliser la publicité sur les réseaux sociaux pour toucher une audience ciblée.
- Gérer leur e-réputation et les interactions avec les internautes.
- Mesurer l'efficacité de leurs actions grâce aux indicateurs clés.
- Respecter les bonnes pratiques et l'éthique sur les plateformes sociales.

CONTENU DE LA FORMATION

1) Introduction aux réseaux sociaux

- Rôle des réseaux sociaux dans la communication actuelle
- Usages professionnels vs usages personnels
- Tendances et chiffres clés

2) Les principaux réseaux sociaux

- Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X, YouTube
- Cibles, formats, fonctionnalités principales
- Forces et limites de chaque plateforme

3) Stratégie de contenu

- Définir ses objectifs (notoriété, engagement, conversion)
- Identifier sa cible et ses attentes
- Élaborer une ligne éditoriale et un calendrier de publication
- Bonnes pratiques de rédaction et de storytelling

4) Publicité sur les réseaux sociaux

- Présentation des outils publicitaires (Meta Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads)
- Ciblage des audiences et budget
- Formats publicitaires efficaces (sponsoring de posts, vidéos, carrousels)
- Mesurer le retour sur investissement (ROI)

5) Gestion de la réputation en ligne

- L'importance de l'image de marque numérique
- Répondre aux avis et commentaires (positifs/négatifs)
- Gérer une crise sur les réseaux sociaux
- Bonnes pratiques pour construire une communauté positive

6) Mesure de la performance

- Indicateurs clés (KPI) : portée, engagement, trafic, conversion
- Utilisation des statistiques natives (Insights, Analytics, etc.)
- Ajuster sa stratégie en fonction des résultats