

Programme de formation : Communiquer sur les réseaux sociaux

Public cible : créateurs d'une TPE, aux dirigeants de TPE ou à leurs collaborateurs directs en charge de la communication, ayant le projet de promouvoir les activités de la TPE via les réseaux sociaux.

Prérequis :

- Maîtrise des outils bureautiques (traitement de texte, traitement des images, navigation internet, tableur)
- aisance dans le rédactionnel et le traitement de données chiffrées
- Disposer d'un ordinateur (PC ou Mac) et d'une connexion Internet haut-débit

Modalités et délais d'accès :

- Formation accessible toute l'année, entrées et sorties permanentes avec positionnement initial
- Cours particuliers
- E-Learning : Pour toute demande d'assistance liée au module e-learning, merci de nous contacter par e-mail à contact@mymusicads.fr. Une réponse vous sera apportée sous 48 heures ouvrées. Si nécessaire, une visioconférence pourra être organisée via Google Meet pour un accompagnement personnalisé.
- Délai variable selon les financements. Pour les formations financées par le CPF, il devra s'écouler au moins 14 jours entre la date de confirmation de commande de la formation et son démarrage effectif (délai légal de rétractation).

Durée : 40 heures

Tarif distanciel : 2400 €

Tarif mixte (présentiel et distanciel) : 3500 €

Objectifs :

- Construire une stratégie sur les réseaux sociaux
- Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
- Créer et publier du contenu pour les réseaux sociaux à l'aide d'outils de design graphique et d'IA générative
- Mettre en place une stratégie publicitaire sur les réseaux sociaux
- Mesurer et optimiser ses résultats en continu
- Gérer son e-réputation, y compris en situation de crise

1. Comprendre les différents réseaux sociaux et leurs usages

- Définition et spécificités des réseaux sociaux
- Comprendre l'algorithme des principales plateformes
- Comprendre les rôles clés : community manager, media buyer
- Définir ses besoins et objectifs sur les réseaux sociaux
- Concevoir et piloter une stratégie sur les réseaux sociaux
- Justifier et argumenter ses choix stratégiques selon les objectifs définis

2. Analyser son marché et déterminer sa stratégie

- Réaliser un benchmark concurrentiel et sectoriel

- Utiliser la bibliothèque publicitaire des plateformes
- Définir son ou ses persona(s)
- Identifier les réseaux sociaux pertinents selon sa cible
- Élaborer une analyse stratégique justifiée du positionnement et des choix de canaux

3. Elaborer une stratégie éditoriale et créer du contenu engageant

- Comprendre le brand content et son rôle dans la stratégie de communication
- Définir et organiser une stratégie de contenu via une roadmap éditoriale
- Adapter la ligne éditoriale selon les réseaux sociaux utilisés
- Créer les comptes professionnels sur les plateformes identifiées
- Apprendre les bases du copywriting pour réseaux sociaux
- Créer des visuels attractifs avec Canva et autres outils de design graphique
- Découvrir et exploiter les outils d'IA générative pour la création de contenus visuels et textuels (ex : ChatGPT, Midjourney, DALL·E)
- Mettre en place une stratégie de contenu par entonnoir (TOFU, MOFU, BOFU)
- Analyser l'efficacité de chaque contenu et ajuster selon les données collectées

4. Augmenter sa visibilité avec la publicité sur les réseaux sociaux

- Définition et objectifs de la publicité sur les réseaux sociaux
- Présentation des principales régies publicitaires (Meta, TikTok, LinkedIn, etc.)
- Comprendre les différents types de campagnes (trafic, conversions, notoriété, engagement...)
- Analyser et justifier le choix de formats publicitaires et de ciblages selon les objectifs
- Suivre les performances des campagnes publicitaires et les optimiser

5. Devenir une référence dans son secteur : image, influence et e-réputation

- Comprendre les sources de l'e-réputation : moteurs, avis, contenus externes
- Gérer les commentaires, messages et avis clients
- Mettre en place une stratégie d'influence avec sélection raisonnée des e-influenceurs (analyse de l'audience, alignement de valeurs, KPI)
- Apprendre à anticiper et gérer un bad buzz : plan de gestion de crise digitale
- Suivre et analyser les impacts des actions menées sur l'image de marque
- Ajuster la stratégie de contenu et publicitaire en fonction des résultats
- Justifier les choix d'actions correctives ou d'ajustement stratégique

Modalités d'évaluation :

Cette formation prépare à la [certification](#) "Communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir sa TPE", enregistrée au répertoire spécifique de France Compétences sous le numéro RS7200 par l'organisme certificateur [CréActifs](#) (date de décision : 20-07-2022).

Conception et mise en place d'une stratégie de communication et éditoriale d'une entreprise TPE via les réseaux sociaux avec remise d'un rapport et soutenance orale.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Aménagement possible sur demande via le référent handicap.

Pour toute demande d'information :

contact@mymusicads.fr