

08

MARKETING

Le marketing est l'art d'attirer, de séduire et de fidéliser dans un monde saturé d'informations. Ces formations, axées sur les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux, offrent des outils pour concevoir des stratégies percutantes et mesurer leur impact. En apprenant à utiliser efficacement les plateformes numériques, les participants pourront optimiser leur présence en ligne, développer leur visibilité et créer des campagnes alignées avec les attentes de leurs cibles.

FORMAVICTOIRE
Organisme de Formation

Maîtriser les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux Niveau 1

Les réseaux sociaux ont profondément transformé nos modes de communication et de consommation, imposant aux entreprises de s'adapter rapidement à ces nouveaux usages. Qu'il s'agisse de Facebook, TikTok ou LinkedIn, chaque plateforme présente des opportunités uniques pour toucher son audience et promouvoir son activité. Cette formation vous offre les clés pour comprendre les enjeux des réseaux sociaux et maîtriser leurs usages. À travers des outils pratiques, des ateliers interactifs et des exemples concrets, vous apprendrez à intégrer ces plateformes dans votre stratégie professionnelle et à en tirer le meilleur parti.

Formation en présentiel ou à distance, en inter-entreprise ou en intra-entreprise

Informations pratiques

- **Public** : Tout professionnel souhaitant intégrer les réseaux sociaux dans son activité professionnelle
- **Prérequis** : aucun
- **Durée** : 2 jours (14h)
- **Personnes en situation de handicap** : notre page dédiée vous donnera toutes les informations concernant l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap www.formavictoire.com/accessibilite
- **Tarif formation intra-entreprise** : 1 490€ HT par jour (groupes de 2 à 10 personnes)
- **Tarif formation inter-entreprise** : 390 € HT par jour et par apprenant
- **Tarif accompagnement individuel** : 150 € HT par heure
- **Délai d'accès** : 3 semaines entre la demande et l'animation de la formation (réunion de préparation, choix du formateur, planification de la session, information des participants)

Evaluations

- **Modalité d'adaptation** : Le contenu des modules de formation peut être adaptés aux besoins spécifiques des stagiaires.
- **Suivi de l'assiduité** : Feuilles de présence signées pour demie-journée, ou rapport de connexion et signature d'une feuille d'émargement en distanciel.
- **Evaluation début de formation** : Questionnaire de positionnement
- **Evaluations en cours de formation** : QCM, exercices, quiz, compte rendu pédagogique en fin de chaque sessions
- **Evaluations en fin de formation** : Evaluation des acquis
- **Evaluation de la satisfaction** : Compte rendu pédagogique du formateur, évaluation de satisfaction du client, évaluation de satisfaction des apprenants en fin de formation.
- **Evaluations après la formation** : Evaluation à froid des apprenants 4 à 6 mois après la formation (Transfert des compétences)
- **Attestation de suivi de formation** : Maîtriser les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux Niveau 1

Extensions Possibles

- Organiser des ateliers pour approfondir les stratégies spécifiques à des plateformes comme TikTok ou LinkedIn.
- Proposer des séances de coaching pour construire une stratégie digitale adaptée à son secteur.
- Digitaliser les supports de formation pour un accès continu aux ressources pédagogiques.
- Mettre en place des groupes de codéveloppement pour partager des retours d'expérience et des bonnes pratiques.

Méthodes pédagogiques

- 80% pratique et 20% théorique
- Mises en situation
- Études de cas
- Serious games
- Jeux de rôles, pratiques interactives.
- Débriefings
- Apports théoriques en lien avec la pratique

Objectifs

Objectif global de la formation :

- Comprendre et utiliser efficacement les réseaux sociaux pour améliorer la communication et la visibilité de son activité professionnelle.

Objectifs de chaque module :

- Comprendre l'évolution du web et des réseaux sociaux
- Découvrir les principales plateformes de médias sociaux
- Appliquer les médias sociaux à son activité professionnelle
- Découvrir les tendances digitales et anticiper les évolutions



PROGRAMME

MODULE 1 – COMPRENDRE L'ÉVOLUTION DU WEB ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

- Explorer l'impact des grandes entreprises digitales sur le paysage web.
- Identifier les habitudes des générations X, Y, Z et Alpha sur les réseaux sociaux.
- Reconnaître les différents types d'influenceurs et leurs collaborations avec les marques.
- **Cas pratique** : Analyser des exemples de campagnes réussies menées par des influenceurs.

MODULE 2 – DÉCOUVRIR LES PRINCIPALES PLATEFORMES DE MÉDIAS SOCIAUX

- Analyser les spécificités de chaque réseau : Facebook, LinkedIn, TikTok, Instagram, X (ex Twitter), Snapchat, Pinterest, Twitch, Discord.
- Étudier les statistiques clés et les démographies des utilisateurs.
- Comprendre les stratégies de communication des entreprises sur chaque plateforme.
- **Atelier interactif** : Comparer les avantages des plateformes pour différents objectifs professionnels.

MODULE 3 – APPLIQUER LES MÉDIAS SOCIAUX À SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

- Naviguer sur l'interface des principales plateformes et comprendre leurs fonctionnalités.
- Publier et optimiser différents formats : stories, posts, réels et vidéos.
- Gérer sa présence sur LinkedIn : personal branding, social selling, marque employeur.
- Respecter les codes de chaque réseau pour maximiser la visibilité.
- **Cas pratique** : Rédiger et publier une story ou un post optimisé pour la visibilité.

MODULE 4 – DÉCOUVRIR LES TENDANCES DIGITALES ET ANTICIPER LES ÉVOLUTIONS

- Identifier les réseaux émergents : Threads, BeReal, etc.
- Explorer le métaverse et les technologies immersives comme la réalité virtuelle et augmentée.
- Comprendre les opportunités offertes par le Live Shopping et l'intelligence artificielle (ex. ChatGPT).
- Découvrir les nouveaux métiers du digital : no codeur, digital artist, hacker éthique, data scientist.
- **Mise en situation** : Réfléchir à l'intégration de ces tendances dans une stratégie digitale..

FORMAVICTOIRE
Organisme de Formation

Développer une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux Niveau 2

Dans un monde hyperconnecté, les réseaux sociaux jouent un rôle stratégique dans la communication des entreprises. Ils permettent de construire une image de marque forte, de promouvoir des contenus engageants, et de développer une relation de proximité avec les audiences.

Cette formation vous aide à structurer votre stratégie de communication digitale pour maximiser l'impact de vos actions sur les réseaux sociaux. Grâce à des outils pratiques et des méthodologies adaptées, vous apprendrez à utiliser les médias sociaux pour atteindre vos objectifs et répondre aux défis actuels de la communication digitale.

Formation en présentiel ou à distance, en inter-entreprise ou en intra-entreprise

Informations pratiques

- **Public** : Responsables communication digitale, community managers, chargés de communication, attachés de presse, responsables RP.
- **Prérequis** : aucun
- **Durée** : 2 jours (14h)
- **Personnes en situation de handicap** : notre page dédiée vous donnera toutes les informations concernant l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap www.formavictoire.com/accessibilite
- **Tarif formation intra-entreprise** : 1 490€ HT par jour (groupes de 2 à 10 personnes)
- **Tarif formation inter-entreprise** : 390 € HT par jour et par apprenant
- **Tarif accompagnement individuel** : 150 € HT par heure
- **Délai d'accès** : 3 semaines entre la demande et l'animation de la formation (réunion de préparation, choix du formateur, planification de la session, information des participants)

Evaluations

- **Modalité d'adaptation** : Le contenu des modules de formation peut être adaptés aux besoins spécifiques des stagiaires.
- **Suivi de l'assiduité** : Feuilles de présence signées pour demie-journée, ou rapport de connexion et signature d'une feuille d'émargement en distanciel.
- **Evaluation début de formation** : Questionnaire de positionnement
- **Evaluations en cours de formation** : QCM, exercices, quiz, compte rendu pédagogique en fin de chaque sessions
- **Evaluations en fin de formation** : Evaluation des acquis
- **Evaluation de la satisfaction** : Compte rendu pédagogique du formateur, évaluation de satisfaction du client, évaluation de satisfaction des apprenants en fin de formation.
- **Evaluations après la formation** : Evaluation à froid des apprenants 4 à 6 mois après la formation (Transfert des compétences)
- **Attestation de suivi de formation** : Développer une stratégie de communication efficace sur les réseaux sociaux Niveau 2

Extensions Possibles

- Organiser des ateliers spécifiques pour approfondir la publicité digitale ou la gestion des crises.
- Proposer des séances de coaching pour ajuster les stratégies aux besoins des participants.
- Digitaliser les supports pédagogiques pour un accès continu aux outils et modules de renforcement.
- Concevoir des groupes de codéveloppement pour échanger sur les meilleures pratiques en communication digitale.

Méthodes pédagogiques

- 80% pratique et 20% théorique
- Mises en situation
- Études de cas
- Serious games
- Jeux de rôles, pratiques interactives.
- Débriefings
- Apports théoriques en lien avec la pratique

Objectifs

Objectif global de la formation :

- Construire et déployer une stratégie de communication digitale performante sur les réseaux sociaux pour promouvoir son activité et engager son audience.

Objectifs de chaque module :

- Élaborer une stratégie de communication digitale performante
- Comprendre et exploiter les principaux réseaux sociaux
- Organiser et optimiser ses actions sur les réseaux sociaux
- Développer une communication publicitaire et d'influence
- Mesurer et améliorer les performances de ses actions
- Protéger et valoriser l'e-réputation de l'entreprise



PROGRAMME

MODULE 1 – ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIGITALE PERFORMANTE

- Définir une stratégie social media par étapes.
- Construire un plan de communication en associant les médias et réseaux sociaux adaptés aux objectifs.
- Comprendre les usages des médias sociaux grâce à la matrice POSE (Paid, Owned, Shared, Earned).
- Rédiger une ligne éditoriale claire pour structurer sa stratégie de contenu.
- **Cas pratique** : Élaborer une stratégie pour une campagne de communication fictive.

MODULE 2 – COMPRENDRE ET EXPLOITER LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

- Analyser les évolutions des plateformes clés : Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, X (ex Twitter).
- Identifier les opportunités spécifiques à chaque réseau pour engager son audience.
- Étudier les cas d'entreprises utilisant efficacement ces réseaux sociaux.
- **Mise en situation** : Comparer les plateformes et choisir celles adaptées à des objectifs professionnels spécifiques.

MODULE 3 – ORGANISER ET OPTIMISER SES ACTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Intégrer le rôle du community manager dans le dispositif social media.
- Documenter ses actions grâce à des outils de gestion tels que les Social Media Management Systems (SMMS).
- Utiliser l'intelligence artificielle pour créer, planifier et optimiser les publications.
- Maximiser la visibilité d'un événement grâce à une stratégie omnicanale.
- **Exercice pratique** : Simuler la planification d'une campagne avec des outils digitaux.

MODULE 4 – DÉVELOPPER UNE COMMUNICATION PUBLICITAIRE ET D'INFLUENCE

- Explorer les business models publicitaires des principales plateformes.
- Définir des objectifs clairs pour les campagnes de Social Ads.
- Découvrir les solutions publicitaires de Facebook, Instagram, LinkedIn, et X.
- Intégrer l'e-influence dans sa stratégie : identifier et collaborer avec des influenceurs pertinents.
- **Atelier interactif** : Concevoir une mini-campagne publicitaire sur un réseau social.

MODULE 5 – MESURER ET AMÉLIORER LES PERFORMANCES DE SES ACTIONS

- Suivre et analyser les principales statistiques (likes, partages, impressions, etc.).
- Mesurer l'engagement et calculer le ROE (Return on Engagement).
- Utiliser les données pour optimiser la performance des contenus et des campagnes.
- **Cas pratique** : Interpréter les statistiques d'une campagne pour proposer des ajustements.

MODULE 6 : PROTÉGER ET VALORISER L'E-RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE

- Évaluer l'e-réputation et surveiller les discussions en ligne.
- Gérer les commentaires et avis clients sur les plateformes sociales.
- Répondre aux avis négatifs pour transformer les crises en opportunités.
- **Mise en situation** : Traiter un cas de gestion d'avis négatifs sur les réseaux sociaux.