HM FORMATION

Programme de formation

# Les réseaux sociaux : Facebook, Instagram

**Domaine :** TIC

**Durée :** 14H

**Objectifs** :

- Définir une stratégie publicitaire sur Facebook
- Identifier vos cibles sur Facebook
- Identifier le format de publicité en fonction des objectifs et résultats attendus sur Facebook

- Créer des publications adaptées à un usage Instagram professionnel
- Utiliser le hashtag à bon escient
- Solliciter et animer sa communauté
- Suivre ses performances grâce aux statistiques du réseau.

**Pré-requis :**

- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone
- Connaître les bases de la publication sur les réseaux sociaux

**Public :** service marketing, vente, chef d'entreprise, community manager ou toute personne souhaitant s'approprier Facebook, instagram pour les professionnels.

**Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :**

En format présentiel : mise en place d'un bureau / salle équipé par l'apprenant / client avec connexion internet. La formation peut également se dérouler dans nos locaux (dans ce cas mis à disposition si nécessaire d'un ordinateur équipé par HM Formation ainsi que les équipements comme un video-projecteur et paperboard)

Dans le cas d'une formation sur site client / apprenant un entretien sera effectué par nos services afin de vérifier l'adéquation des moyens techniques avec la formation.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Exposés théoriques du formateur avec support Powerpoint, études de cas, visionnage de vidéos, temps de réflexion par l'apprenant.
Cas pratiques / méthodes démonstrative sous forme d'ateliers
Echanges actifs stagiaire / formateur
Support de cours remis au participant

**Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation** Cas pratiques tout au long de la formation complété par une auto-évaluation des acquis en fin de formation.

**Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants :** Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

**Modalité de suivi de l'action de formation :** Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

**Détail du programme** :

## PARTIE : FACEBOOK

### FACEBOOK, LA PLUS GRANDE BASE DE DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES AU MONDE

Conditions de la collecte des données
Usages et publicité chez les socionautes
Comportements face à la publicité : ciblage de masse
Le marché de la publicité sur Facebook

### LES OUTILS PUBLICITAIRES SUR FACEBOOK : FORMATS ET PAGES

Notoriété : augmenter sa visibilité sur Facebook
Communauté : recruter des Fans
Interactions : générer des commentaires, likes, partages…
Call to action : générer des leads, appels, ventes
Instagram : un support complémentaire ?

### ATELIERS PRATIQUES

Le boost de publication : présentation, prise en main et exercice pratique
Création d'une campagne
Collecte et suivi des performances

## PARTIE : INSTAGRAM

### INTRODUCTION

État des lieux et chiffres clés : Instagram, une opportunité pour les entreprises

### DÉCOUVERTE DE L'INTERFACE

Créer un compte Instagram et le convertir en compte professionnel
Remplir son profil, sa bio et ses infos de contact
L'interface à la loupe : accueil, outil de recherche, notifications, messagerie privée

### LES PRINCIPES D'INSTAGRAM, RÉSEAU SOCIAL DE L'IMAGE

Photos et filtres : comment ça fonctionne ?
Appréhender les options avancées et fonctions secondaires
Anatomie d'un bon post Instagram

### L'ENJEU DE L'IMAGE

La consommation de visuels par les internautes
Picture marketing : la stratégie de l'image
Qu'est-ce qu'une « bonne » photo ?

### DÉFINIR SA STRATÉGIE POUR VENDRE AVEC INSTAGRAM

La fréquence de publication
Le ton à adopter
Les sujets à aborder
Astuces pour vendre sur Instagram

## TECHNIQUES PHOTOGRAPHIQUES AVEC UN SMARTPHONE

Identifier son sujet
Sujet humain : attention aux droits à l'image
Composer sa photo
Équilibrer une photo avec la règle des tiers

## LE TEXTE, PORTEUR DU MESSAGE

Le message avant l'image
La notion de SMO
Web-réaction, les règles à appliquer sur Instagram
Exemples de bonnes pratiques

## UTILISER LE HASHTAG À BON ESCIENT

Définition et fonctionnement du hashtag sur Instagram
Le bon usage : quantité et qualité
Définir son/ses hashtag(s) de prédilection
Comment inciter sa communauté à les utiliser ?
Mettre en place une veille
Exemples de bonnes pratiques

## LA VIDÉOS, REINE DES MÉDIAS

État des lieux chiffrés
La vidéo courte : publication simple et story Instagram
La vidéo longue : comment fonctionne IGTV ?
L'instantané avec Instagram Direct
Exemples de bonnes pratiques

## MODÉRER SA COMMUNAUTÉ INSTAGRAM

Quand et comment répondre aux messages et commentaires ?
Proposer des jeux, ou comment faire interagir ses fans
Valoriser sa communauté : principe du repost
Les mentions obligatoires du repartage : droit à l'image et droits d'auteur

## SUIVRE LA PERFORMANCE DE SES POSTS

Les statistiques du compte professionnel Instagram
Calculer le taux d'engagement
Tenir un tableau de bord efficace

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)