

COMMUNICATION DIGITALE

ECHO D'ARTISTES
ACADEMIE



*Plus d'infos
sur le site :*



Programme de formation détaillé- Contexte et présentation de la formation



Programme de formation détaillé

Contexte et présentation de la formation

PARCOURS COMMUNICATION DIGITALE

- Conforme au titre RS6240 « Gérer la communication digitale d'une entreprise via les réseaux sociaux »

Lieu

La formation se déroule en présentiel dans nos locaux au 175 avenue de la Dourdenne - 31620 Fronton, ou à distance par visio.

La formation est dispensée par « Echo d'Artistes SARL »
N° SIRET: 82110745500015
N° de déclaration d'activité: 76310936331

Durée

30h de formation minimum. Il est possible de proposer un plan adapté à votre projet au delà de ce format.

Tarifs

- Parcours de 30 heures
(25 h de e-learning + 5 h d'accompagnement individuel) :

Tarif: 1250 €

- Parcours de 33 heures
25 h de e-learning + 8 h d'accompagnement individuel

Tarif: 1790 €

- Parcours de 39 heures
25 h de e-learning + 14 h d'accompagnement individuel

Tarif: 2990 €

Demandez un devis pour un parcours personnalisé.

Public visé

Salarié, demandeur d'emploi, TPE/PME, association, créateur d'entreprise, gérant d'entreprise, indépendant, responsable/direction communication, community manager.

Pré-requis

- Maîtriser les savoirs de base de l'outil informatique, premier niveau de connaissance sur la navigation web
- Avoir un projet de communication digitale professionnel déjà mis en place ou non.

Délai d'accès

- Nos formations sont disponibles toute l'année en présentielle et à distance.

Modalité d'évaluation

Mise en situation à partir du projet réel du candidat.



MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES & D'ENCADREMENT

- Une formation de 30 heures minimum, dont 5 heures minimum avec le formateur. Le stagiaire devra se munir d'un PC, d'une tablette ou d'un smartphone pour mettre en pratique le contenu des cours.
- Un accès illimité à la plateforme pédagogique qui propose un parcours en ligne ; Le stagiaire pourra se connecter à l'heure souhaitée, visionner les vidéos, réaliser des exercices, les tutos proposés sont complets et permettent au stagiaire une approche pratique sur les réseaux sociaux et un entraînement concret.
- Le stagiaire aura accès au formateur via mail pour répondre à toutes questions.
- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée avec connexion internet et projection des cours.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise,

- Mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives, afin de créer un contenu optimal permettant de d'accroître la visibilité de l'entreprise accessible à tous,
- Elaborer un plan social média en créant sa ligne éditoriale, à partir de différentes thématiques de publications afin de répondre à la demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés,
- Créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux,
- Optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficace sa communication sur les réseaux sociaux,
- Animer le compte social professionnel à travers de la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise,
- Créer une campagne sponsorisée en définissant son objectif, l'audience visée et le message à transmettre afin d'améliorer le résultat de la campagne.

A l'issue de la formation, vous aurez :

- Au moins un réseau social professionnel
- Des créations graphiques prêtes à être diffusées
- Un plan social media de démarrage d'activité



MODALITÉS D'EXAMEN :

Quelques semaines après la fin de votre formation, vous recevrez une convocation par mail vous offrant plusieurs options de date pour passer votre examen.

Celui-ci se déroule à distance via une visioconférence, vous disposerez de 30 minutes pour partager votre écran et exposer vos réseaux sociaux, permettant ainsi à un jury de deux personnes d'évaluer vos compétences.

Contenu de la formation :

1- LA DEFINITION DE LA STRATEGIE DIGITALE POUR UNE BONNE UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX

- Comprendre le marketing digital avec un schéma
- Le digital funnel marketing
- Créer sa stratégie social média
- Créer sa stratégie de marketing digital - 2
- Stratégie marketing digital
- Modèle de plan d'action Marketing
- Modèle de mapping parcours client
- Mapper le parcours client pour mieux comprendre ses utilisateurs
- Cas pratique - réalisez votre propre stratégie de marketing digital

2- DÉCOUVRIR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN MODE PROFESSIONNEL

- Introduction et chiffres clés
- La place des réseaux sociaux dans le digital marketing funnel
- La théorie des 5 poignées de main
- Le social selling : vendre avec les réseaux sociaux
- Baromètre social selling
- Tendances social média Hubspot 2022
- Focus : LinkedIn, le réseau social B2B de référence
- Automatiser ses actions sur LinkedIn avec Walaaxy
- Focus : Instagram et les vidéos verticales (reels) avec Capcut
- Utiliser Canva et créer du contenu pour les réseaux sociaux
- Appréhendez la Meta Business et programmez vos contenus pour gagner du temps
- Découvrir les fonctionnalités de la Méta Business Suite
- Réalisez vos premières publicités avec Meta Ads
- Influenceurs et partenariats de marque

- Mesurez vos performances sur les réseaux sociaux
- Modèle de tableau de reporting gratuit
- Quiz - reporting
- Étude de cas : CRRSP
- Étude de cas : The North Face Clermont-ferrand
- Étude de cas : pâtisserie Flochon à Lyon
- Étude de cas : friperie L'Affinerie à Clermont-ferrand

3- RÉDIGER DU CONTENU OPTIMISÉ POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Créer sa stratégie éditoriale pour développer une marque forte
- Modèle de stratégie éditoriale
- Quiz - stratégie éditoriale
- Le copywriting : écrire pour convaincre et pour vendre
- Copywriting - Présentation
- Le guide du copywriting - Livre
- Quiz - copywriting
- Web et réseaux sociaux : les contenus rédactionnel à connaître
- Contenus rédactionnels - Présentation
- Quiz - rédiger du contenu optimisé pour les réseaux sociaux
- Organiser sa production et sa diffusion de contenu avec un planning éditorial
- Quiz - planning éditorial
- Votre modèle de planning éditorial offert
- Certification gratuite Hubspot

4- ANIMER ET MODÉRER LES ÉCHANGES QUOTIDIENS SUR LES RESEAUX SOCIAUX LES MISSIONS QUOTIDIENNES DE LA PERSONNE EN CHARGE DES RESEAUX SOCIAUX » :

- Veille et gestion de la e-réputation
- Modérer et animer une page
- Automatiser la messagerie
- Google My Business
- Stories FB et Instagram
- X (ex-Twitter)

5- LE CANAL EMAIL POUR ALLER PLUS LOIN

- L'email : pilier du e-commerce et du webmarketing
- Rapport Radicati emails
- Les différents types d'emails et les KPIs associés
- KPIs emails par secteur
- Organiser sa diffusion d'emails, découvrir le cold mailing
- Découvrir MailerLite : un outil simple et gratuit pour envoyer vos emails
- RGPD : le cadre légal européen en matière de protection des données