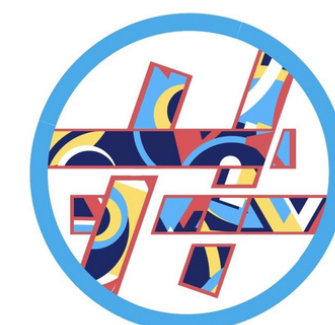



# PROGRAMME DE FORMATION INTERMEDIAIRE

Maîtrisez les  
réseaux sociaux



**HASHTAGANDSTORY ACADEMY**



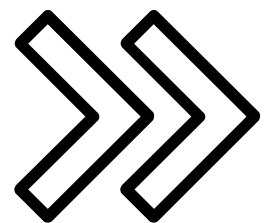


Nous vous proposons un apprentissage adapté à votre niveau, autant que vos besoins. En effet, chaque cours s'établit à distance, chez vous, loin des salles remplies de monde. Là où vos questions ne sont pas toujours entendues, ce qui peut ralentir votre apprentissage. Les avantages des cours individuels sont donc présents, et nous nous engageons à vous accompagner à chaque étape grâce à la présence d'un mentor et d'un professeur.

Le but de notre formation est de vous apprendre à gérer, tenir et animer vos réseaux sociaux, ceux consacrés à votre entreprise afin de maintenir une stratégie de communication digitale. Ainsi, nous commencerons par le choix des réseaux selon l'identité de votre entreprise.

Se faisant, nous vous apprendrons à créer des publications adaptées, à publier un contenu performant, à rédiger des wordings, à utiliser les bons hashtags, à créer des visuels professionnels, des campagnes publicitaires, etc. Vous connaîtrez également tout des fonctionnalités des réseaux sociaux, grâce auxquelles vous pourrez augmenter votre visibilité.





# PROGRAMME DE FORMATION

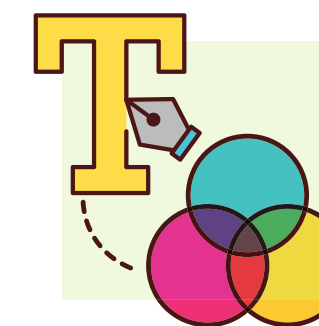
1

PARTIE 1 : PRESENTATION DES RESEAUX SOCIAUX



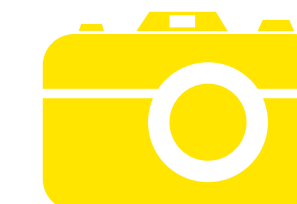
2

PARTIE 2 : LES FONDEMENTS DU COMMUNITY MANAGEMENT



3

PARTIE 3 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DIGITALE



4

PARTIE 4 : LES OUTILS DU COMMUNITY MANAGER





# PARTIE 1 : PRESENTATION DES RESEAUX SOCIAUX

1

## 1- Identifier les nouveaux usages du digital

- Les internautes acteurs de leur communication.
- Définir les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective.

## 2 – Panorama des médias sociaux

- Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tiktok...
- Blogs : quels usages pour l'entreprise ?

## 3 – Concevoir une stratégie digitale

- Structurer un diagnostic médias sociaux (SWOT).
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube, blogs ... quels médias choisir ?
- Le plan d'actions opérationnel : ligne éditoriale, stratégie de recrutement...





## PARTIE 2 : LES FONDEMENTS DU COMMUNITY MANAGEMENT

2

Les profils et les qualités du community manager

Comprendre les rôles et fonctions d'un community manager

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux

Cibler les bons réseaux sociaux

Se familiariser avec le vocabulaire





## PARTIE 3 : METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DIGITALE

3

Introduction au personal branding, identité de marque, stratégie digitale et stratégie éditoriale

Etablir un audit et un diagnostic de la présence social media

Déterminez vos objectifs : de notoriété, de trafic, conversion, trafic

Définir une stratégie de présence en ligne

Comment définir votre cible marketing idéal

Mettre en place une stratégie sociale et une stratégie de contenu

Quels réseaux sociaux privilégier : Savoir quoi publier et sur quel réseau social et à quelle fréquence

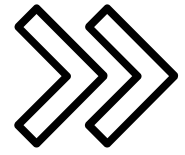
Comprendre et utiliser le marketing d'influence

L'UGC User Generation content ( user generated content ) faire intervenir sa communauté

Mise en place de sa veille numérique

Analyser des objectifs et reporting





## PARTIE 4 : LES OUTILS DU COMMUNITY MANAGER

4

- Les outils de la création de contenu visuel et audio visuel
- Canva, Inshot ....
- Outils de programmation de contenus
- Organiser votre dispositif médias sociaux
- Choisir les bons outils de management des médias sociaux (SMMS).
- Définir des outils de veille
- Outils de gestion de projets
- Les outils d'analyses
  -





## PARTIE 5 : SAVOIR ANIMER UNE COMMUNAUTE

Les bonnes pratiques à utiliser : créer une stratégie de contenus attrayante, collaborer avec les influenceurs, organiser des jeux concours , gérer les avis

### **Animer Facebook**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Facebook ;

### **Animer Instagram**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Instagram ;

### **Animer LinkedIn**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur LinkedIn ;

### **Animer Tik Tok**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Tik tok ;

5







## **PARTIE 5 : SAVOIR ANIMER UNE COMMUNAUTE**

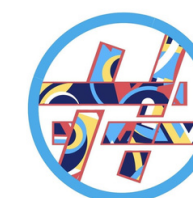
### **Animer Pinterest**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Pinterest ;

### **Animer une chaîne Youtube**

Comment créer et optimiser sa page Entreprise sur Youtube

**5**





## PARTIE 6 E REPUTATION et Google Maps

6

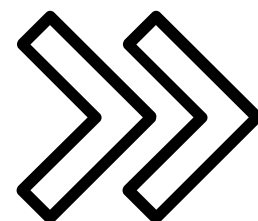
- Les avantages, objectifs et fonctionnalités de Google maps
- Les composants d'une fiche Google maps
- Les étapes de création de fiche
- La revendication et la suspension de fiche Maps
- La création de contenu : posts, offres, actualités, évènements, services  
....
- L'optimisation de sa fiche : horaires, catégories, photos, vidéos
- L'analyse de statistiques

### Surveiller et protéger son E-réputation

- Outils et techniques de veille concurrentielle, commerciale et sectorielle
- Bad buzz et gestion de crise (notes négatives, référencement néfaste)



## CONTACT



L'Organisme de formation HASHTAGANDSTORY ACADEMY est géré et administré par GHARSALLI MANEL. Ce sera également votre contact privilégié concernant la qualité des formations et les éventuelles situations de handicap.

C'est le seul formateur à intervenir dans la formation "RESEAUX SOCIAUX".

TEL : 0601265755

hashtagandstory@gmail.com



**HASHTAGANDSTORY ACADEMY**

