

OBJECTIFS DE FORMATION

Résultats attendus en fin de parcours. Être capable de :

- Animer ses pages Facebook et Instagram
- Optimiser sa communication sur Facebook et Instagram
- Créer et publier du contenu pertinent
- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Définir ses critères de ciblage et sa dépense
- Produire des visuels attractifs
- Incarner visuellement son message
- Analyser et comprendre les performances de ses campagnes publicitaires
- Mesurer ses performances

ÉVALUATION DES ACQUIS

- Évaluation à chaud des connaissances en cours de la formation par la mise en pratique des thématiques abordées

PRÉREQUIS

- Connaître, même de façon rudimentaire le fonctionnement de Facebook et Instagram (Site et application mobile)

PRÉREQUIS TECHNIQUE

- Ordinateur ou tablette ou Smartphone
- Connexion internet
- Adresse électronique valide et facilement accessible par le participant
- Un compte Facebook et Instagram actifs

PUBLIC

- Les salarié(e)s utilisant Facebook et Instagram de façon régulière dans le cadre de leur fonction.

DURÉE /PARTICIPANT & DATE

Durée par participant : 07 heures

Date à définir

ORGANISATION

- Formation organisée en présentiel
- Assiduité attestée par les feuilles d'émargements et par ½ journées.

MÉTHODES

Seront privilégiées les méthodes

- Expositive
- Interrogative
- Active

LIEU

- Intra entreprise

SATISFACTION

- Questionnaire de satisfaction à chaud

AMÉLIORER SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE DE FACEBOOK ET INSTAGRAM

CONTENU

Rappel des bonnes pratiques

- Notions de mimétique
- Le fonctionnement des algorithmes de Facebook et Instagram
- La composition graphique et ressources internet
- La rédaction synthétique

Les mécanismes et rouages

- Connaître les spécificités et objectifs de Facebook et Instagram
- Concevoir ses objectifs de stratégie de communication en prenant en compte chaque spécificité
- Arbitrer sur le choix de communication en fonction des objectifs mis en place

Les outils stratégiques

- Les critères techniques et/ou éditoriaux
- La matrice de conception et choix des contenus (images – texte – tournure de phrase...)
- Prise en main des outils d'analyse d'audience inclus dans Facebook et Instagram.
- Prise en main des outils de création de publication : Creator Studio.

PARTICIPANT(E)S

Salarié(e)s de l'UGC

- Nombre minimum de participant(e)s : 04 salarié(e)s
- Nombre maximum de participant(e)s : 06 salarié(e)s

ARTICULATION

- Alternance d'apport théorique et d'études de cas.
 - ✓ Travailler en situation réelle :
 - Créer un contenu & publier son post
 - Suivre l'audience
 - Remédier le contenu (fond et forme)
 - Retour sur expérience et échange de bonnes pratiques entre pairs

SANCTION

- Attestation de capacités professionnelles
- Certificat de réalisation

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Leila BRASSOUS Directrice et Responsable Pédagogique
12 ans d'expérience en ingénierie de formation

Audrey FABES Assistante Pédagogique
08 ans d'expérience en formation pour Adultes

Marc LABICHE Formateur Intervenant
15 d'expérience professionnelle, dont 5 ans en formation pour adultes