

COMMUNITY MANAGEMENT

Maîtriser sa communication sur les réseaux sociaux

Créé le 17 septembre 2021

Modifié le 16 juin 2022

Objectif opérationnel

Être capable de comprendre et maîtriser le processus de communication sur les réseaux sociaux afin de posséder les méthodes et outils pour optimiser sa visibilité ainsi que ses ventes.

Catégorie et but

Cette action a pour but (article L.6313-3) : De favoriser l'adaptation des travailleurs à leur poste de travail, à l'évolution des emplois ainsi que leur maintien dans l'emploi et de participer au développement de leurs compétences en lien ou non avec leur poste de travail. Elles peuvent permettre à des travailleurs d'acquérir une qualification plus élevée.

DUREE DE LA FORMATION

35 heures (5 jours)

PUBLIC CONCERNE

Salariés

PRE-REQUIS

Aucun pré-requis

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Connaître les fondamentaux du marketing et plus précisément les réseaux sociaux
- Connaître les attentes spécifiques des clients des restaurants
- Connaître les fondamentaux des fonctions du community management
- Mettre en œuvre une stratégie de communication sur les réseaux sociaux pour optimiser sa visibilité
- Savoir optimiser ses actions et posts pour piloter sa visibilité
- Créer du contenu de qualité et en adéquation avec les attentes des différents réseaux sociaux pour augmenter son audience.
- Maîtriser les principes du Community management : engagement, taux d'engagement, DM, réels, stratégie de hashtag optimisée en fonction des objectifs...
- Réaliser des campagnes de publicité en ligne
- Analyser son influence
- Maîtriser la communication de crise

CONTENU PEDAGOGIQUE

JOUR 1		
Thème	Focus sur le panorama des réseaux sociaux : outils du marketing digital	Focus sur le panorama des réseaux sociaux : outils du marketing digital
Objectifs	Maîtriser les réseaux sociaux pour développer la communication digitale	Maîtriser les réseaux sociaux pour développer la communication digitale
Résultats attendus	Le stagiaire reconnaît les réseaux sociaux et leur utilité dans la communication digitale	Le stagiaire reconnaît les réseaux sociaux et leur utilité dans la communication digitale
Programme	Les bases du marketing appliquées au digital : objectifs SMART, E-Réputation, veille... Les attentes des clients et prospects en restauration	Présentation des réseaux utilisés Tout connaître sur Facebook, LinkedIn, Instagram, Tiktok Tendance et état de l'art des réseaux Sociaux Les nouveaux modèles : sociaux / économiques / audience"
Contrôle des acquis	Questions-réponses	QCM théorique

JOUR 2		
Thème	Les fondamentaux du community management	Focus sur les réseaux sociaux : maîtriser les social ads
Objectifs	Connaître les fondamentaux du métier de community management	Maîtriser les réseaux sociaux pour développer la communication digitale
Résultats attendus	Le stagiaire découvre les fonctions du community manager	Le stagiaire sait implanter son image visuelle sur les plateformes digitales
Programme	Présentation de la fonction de community manager Les compétences requises Les missions du community manger	Créer et mettre en forme une page L'importance du paramétrage d'une page Exploiter le potentiel du module publicitaire Pratiquer les usages business d'Instagram Facebook LinkedIn Mesurer les performances des actions
Contrôle des acquis	Questions-réponses	Cas pratique : création de page facebook - instagram

JOUR 3		
Thème	Piloter sa stratégie sociale et analyser le ROI de vos actions	Stratégie éditoriale : l'impact de l'image de la marque
Objectifs	Articuler son dispositif de communication sociale avec la stratégie off-line	Connaître les fondamentaux de la stratégie éditoriale
Résultats attendus	Le stagiaire connaît les fondamentaux d'une stratégie publicitaire	Le stagiaire sait animer via les réseaux sociaux son image de marque au quotidien
Programme	Stratégie publicitaire : définition Définitions des objectifs de la stratégie publicitaire : visibilité, notoriété, promotion	Les principes de la communication fractale Stratégie éditoriale : définition, intérêt Concevoir des messages : les 5 principes clés Les facteurs-clés de succès de l'audience : créativité, qualité, éditorialisation...
Contrôle des acquis	Questions - Réponses	Cas pratique : conception d'un message

JOUR 4		
Thème	Stratégie éditoriale : concevoir une campagne de publicités	La maîtrise de l'image : les nouveaux outils
Objectifs	Réaliser des campagnes de publicité en ligne	Rédiger du contenu de qualité pour augmenter son audience
Résultats attendus	Le stagiaire conçoit des messages entrant dans le cadre d'une campagne de publicités	Le stagiaire sait animer via les réseaux sociaux son image de marque au quotidien
Programme	Campagne de publicité : intérêt, atouts et limites Campagne de publicité : exemple à petite échelle, parrainage, événements... Établissement d'une stratégie Planification	Animer ses communautés "Focus vidéo = audience / impact / transformation / les nouveaux formats innovants Comment utiliser la vidéo au sein de votre stratégie de communication
Contrôle des acquis	Cas pratique : planification de la campagne des soldes	Cas pratique : étude de cas d'utilisation de vidéo

JOUR 5		
Thème	Piloter sa stratégie sociale et son impact	L'importance de l'identité visuelle : gestion de crise
Objectifs	Articuler son dispositif de communication sociale avec la stratégie off-line	Anticiper et analyser les situations de crise
Résultats attendus	Le stagiaire analyse son impact publicitaire sur les réseaux sociaux	Le stagiaire reconnaît les situations de crise, les anticipent et les maîtrisent en cas d'incident
Programme	Actions de suivi périodique Tableau de pilotage des KPIs : présentation et intérêt, l'importance d'analyser les écarts	La communication de crise : analyser Anticiper la crise : best practices
Contrôle des acquis	Cas pratique : étude d'un tableau de bord de pilotage et des écarts	Cas pratique : communication de crise

ORGANISATION

Modalités et délai d'accès

- Un stagiaire doit être inscrit à minima 30 jours avant la formation
- L'inscription est validée lorsque le stagiaire a effectué les étapes suivantes :
 - Demande d'inscription par mail ou par téléphone
 - Entretien téléphonique
 - Questionnaire de positionnement
 - Convention signée

Moyens pédagogiques et techniques

- Présentiel : Un formateur vous formera en face à face dans une salle de formation.
- La formation s'effectue en petit comité jusqu'à 12 stagiaires
- La formation est suivie par des spécialistes dans le domaine du marketing, des réseaux sociaux et de la restauration
- Un support PowerPoint est mis à disposition pendant toute la formation ainsi que des supports pdf d'approfondissement

Modalités d'évaluation

- Au préalable : Questionnaire de positionnement initial pour déterminer l'adéquation entre les besoins et attentes du candidat et le contenu de la formation. Un entretien téléphonique pourra compléter le questionnaire si les réponses ne suffisent pas à mesurer
- Tout au long de la formation, le stagiaire sera soumis à différentes mises en situation et à des QCM portant sur la théorie apprise
- Évaluation des acquis : Questionnaire à réaliser à la fin de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud au dernier jour de la formation suivi d'un questionnaire à froid 15 jours plus tard

Prix

Le prix de l'action de formation est indiqué dans la convention de stage.

La formation n'aura lieu qu'en cas d'accord de prise en charge totale par l'organisme financeur.

Pour toute démarche et/ou toute information complémentaires, veuillez nous contacter.

Zone géographique

Possibilité de déplacement dans toute la France Métropolitaine

Contact

Par téléphone au 01 86 47 86 47 ou par mail à l'adresse suivante : contact@competencesplus.fr

Accessibilité

Nous nous assurons au préalable que vos locaux permettent l'accessibilité PMR. Nous sommes particulièrement sensibles à l'intégration des personnes en situation de Handicap. Contactez-nous afin d'étudier les possibilités de compensation disponibles. Si besoin nous sélectionnons des salles de formation PMR accessibles par les transports en commun et à proximité de lieux de restauration/hébergement.

Statistiques

Taux de satisfaction 2021 : 4.95 / 5.00

Taux de réussite 2021 : 5.00 / 5.00