

## Gérer ses réseaux sociaux professionnels

### Objectifs

Comprendre les enjeux des principaux réseaux  
 Connaître les techniques de social selling  
 Mettre en place un système de veille

### Personnes concernées

Chargée de communication, chef de projet web, responsable webmarketing, assistante communication  
 Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

### Prérequis

Aucun

### Durée :

14 heures (2 jours)

### Lieu :

ASFOR-CCI ou en entreprise

### Méthode pédagogique

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques  
 Echanges, analyse de pratiques, mises en situations et mises en pratique, cas réel d'entreprises, co-construction  
 Salles de formation équipées pour une pédagogie active

### Programme

1. Vue d'ensemble des réseaux sociaux
  - Qu'est-ce qu'un réseau social ?
  - Tour d'horizon et évolution : Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Tiktok, YouTube
  - Le potentiel des réseaux sociaux
  
2. Les enjeux et avantages d'être présents sur les réseaux pour une entreprise
  - En B to C
  - En B to B
  
3. Initiation à la notion d'E-réputation
  
4. Commencer sur les réseaux sociaux
  - Sur quel réseau social se positionner
  - Analyser ses besoins et ses moyens en communication
  - La stratégie cross-média
  - Les algorithmes
  - L'importance de l'image
  
5. Établir une stratégie Social Media
  - Définir ses objectifs
  - Choisir sa cible
  - Établir sa ligne éditoriale
  
6. Bonnes pratiques et écueils à éviter : devenez le Community Manager de votre entreprise !
  
7. Étude de cas : le slip français

## 8. Social selling ou comment vendre en ligne

- La boutique en ligne
- Le marketing d'influence
- Les solutions Social Shopping

## 9. Analyser ses statistiques

- Mes statistiques et insights
- Les principaux indicateurs de performance
- Comprendre et analyser ses performances
- Synthétiser ses performances (reporting)

## 10. La publicité sur les réseaux sociaux

- Le boost publicitaire
- Le business manager

## 11. Les outils « boîte à outils »

- Swello, Hootsuite, Buffer
- Alerti, Mention, Google Alerts
- Canva.com
- Trello.com

## 12. Etude de cas : Michel et Augustin

### Évaluation et suivi

Attestation de fin de formation