Marketing

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX ET E-RÉPUTATION

OBJECTIFS :

Etre visible sur les réseaux sociaux et gérer son image.

- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux professionnels.
- Créer et optimiser un profil ou une page sur les plateformes adaptée
- Construire une stratégie de communication digitale cohérente.
- Publier du contenu engageant pour développer sa visibilité et son e-réputation.

PRÉREQUIS & ACCESSIBILITÉ :

Prérequis :

Aucun.

Accessibilité :

- Public : Commerçants, indépendants, responsables de magasin, chargés de communication, toute personne souhaitant débuter sur les réseaux
- Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, merci de consulter notre référent handicap.

DURÉE : 1 jour / 7 heures

V25.1
màj : 03/25

Méthode pédagogique et encadrement :

Cette formation est animée par un formateur expert dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées selon les critères qualité d'Aptitudes 21.

L'animation est composée d'apports théoriques, de mises en situations professionnelles et d'exercices pratiques.

Moyens pédagogiques :

Ordinateurs, logiciels, tableau blanc, vidéo-projecteur, écran.

En fin de formation, vous aurez un accès à la plateforme pédagogique Aptitudes 21 sur laquelle vous pourrez consulter et télécharger vos supports de formation.

Modalités d'évaluation des objectifs et des résultats :

L'évaluation des objectifs se fait par le formateur, pendant la formation avec les exercices pratiques, les interactions et les mises en situation pratiques.

Le formateur complète un livret d'évaluation selon une grille de compétences précise.

Lieu : 61/69 rue Camille Pelletan
Espace Emeraude
33150 Cenon

Contenu de la formation

Introduction aux réseaux sociaux professionnels

- Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter.
- Différences entre usage personnel et usage professionnel.
- L'impact de la présence digitale sur l'image d'une entreprise ou d'un commerce.

Création et optimisation de son profil ou de sa page entreprise

- Paramétrage des comptes (bio, bannière, lien de contact, storytelling).
- Bonnes pratiques pour une page attrayante et professionnelle.
- Premiers pas : publier du contenu et interagir avec une audience.

Élaborer une stratégie de communication digitale

- Définir son audience cible et ses objectifs de communication.
- Déterminer les types de contenu adaptés à chaque réseau (texte, vidéo, infographie…).
- Planifier ses publications et organiser un calendrier éditorial.

Engagement et gestion de l'e-réputation

- Gérer les interactions et répondre aux commentaires (positifs et négatifs).
- Techniques pour augmenter l'engagement de sa communauté.
- Surveiller son e-réputation et gérer une éventuelle crise digitale.

Mise en pratique et analyse des résultats

- Atelier pratique : création et publication d'un post optimisé.
- Outils gratuits pour suivre et analyser ses performances (statistiques et insights).
- Ajuster sa stratégie en fonction des résultats.