

**OBJECTIFS & COMPÉTENCES
PROFESSIONNELLES VISÉES**

- Assurer les missions fondamentales du social media manager.
- Définir une stratégie social media.
- Animer les réseaux sociaux Facebook, Instagram, LinkedIn.

CD_SSM

3 jours - 21 heures

INTER ou INTRA SUR-MESURE

1050 € en inter*

*pour les tarifs INTRA et demandeurs d'emploi : merci de nous consulter.

Prérequis et accessibilité

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet, une expérience dans la gestion d'un site web est un plus.

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Moyens pédagogiques et encadrement

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur expert en social media management : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.



LIEU DE FORMATION

Modula Formation
(Bordeaux / Bayonne / Limoges / La
Rochelle) et/ou à distance



DÉLAIS D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut, du
financeur et de notre planning inter



SUITE DE PARCOURS

Suggestion : Formations en
communication digitale



Modalités d'évaluation :

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

www.modula-formation.com

Contactez-nous !

05 56 44 58 68

contact@modula-formation.com

7, avenue
Raymond Manaud
33520 BRUGES

ÉLABORER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE

- Construire sa stratégie sociale media par étapes.
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POSE).
- Rédiger sa ligne éditoriale pour développer sa stratégie de contenu

ORGANISER LE DISPOSITIF SOCIAL MEDIA

- Définir vos objectifs et cibles pour mettre en place une communication adaptée sur les réseaux sociaux (triangle OCA).
- Page Facebook, compte X ou Instagram, page ou profil LinkedIn, chaîne YouTube, profil public Snapchat ou encore compte TikTok... quels médias ou réseaux choisir ?
- Les outils du social media manager et du community manager : ligne éditoriale, charte graphique, calendrier éditorial, outil de gestion des réseaux sociaux (SMMS), outils de création de contenu...
- Définir ses tableaux de bord et documenter sa stratégie social media
- Découvrir les KPI utiles : taux d'engagement, portée, engagement.

UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX POUR DEVELOPPER SA VISIBILITE

- Les évolutions des différents réseaux sociaux : Instagram ; Facebook ; LinkedIn ; X (ex Twitter) ; Pinterest ; Tiktok ; YouTube...
- Appréhender le fonctionnement de l'algorithme selon le réseau choisi
- Administrer une page entreprise, un profil ou un compte selon le réseau choisi : page Facebook, Meta Business Suite, Instagram, LinkedIn, TikTok
- Bonnes pratiques de publication et de modération pour optimiser visibilité et taux d'engagement.
- Compte personnel, compte professionnel, compte créateur sur Instagram : quelle différence ? Lequel choisir ?
- Employee Advocacy, Personal Branding, Brand Content et Copywriting
- Mesurer ses résultats avec les statistiques : like, share, portée, reach, impressions, RT, followers... La mesure de l'engagement, notion de ROE.
- Mettre en place une veille efficace (hashtags, groupes, influenceurs...).

IDENTIFIER LES OPPORTUNITES SMO

- SMO = Social Media Optimization
- Business models des réseaux et médias sociaux.
- Quels objectifs pour les Social Ads ?
- Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Meta (Facebook et Instagram), X (ex Twitter), LinkedIn, TikTok
- Comprendre l'écosystème de l'e-influence.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE LA CREATION DE CONTENU

- Les intelligences artificielles génératives : IA utiles pour le community manager, zoom sur les chatbots.
- Les limites des intelligences artificielles génératives (hallucinations, créativité, droits d'auteur).
- Optimiser son usage de l'IA : rédiger un prompt, créer des contenus textes et visuels.
- Atelier de prise en main.

SECURISER L'E-REPUTATION

- Recenser les outils de veille de son e-réputation.
- Établir une gouvernance et évaluer son e-réputation
- Gérer les avis négatifs et la modération.

EVALUATION

- Évaluation des compétences acquises via des mises en situation.