

## OBJECTIFS

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir sa stratégie de communication digitale
- Sélectionner le(s) réseau(x) social(aux) adapté(s) à la promotion de son activité
- Créer et animer une page professionnelle sur plusieurs réseaux
- Évaluer l'impact de cette communication auprès de ses abonnés

## DUREE

**3 jours – 21 heures**  
de 9h15 à 12h45  
et de 13h30 à 17h

## TARIF NET DE TVA

**Tarif TNS**  
**Nous contacter**

**Tarif tout public**  
**735 euros**  
Éligible au CPF

## EFFECTIF

**Présentiel**  
Min 5 – Max 12 personnes

**Distanciel**  
Min 5 – Max 8 personnes

## LIEU DE FORMATION

**CMA IDF - 92**  
17 bis rue des Venêts  
92000 NANTERRE

## CONTACT

**Service Formation**  
TURHAN Silvia  
Tél : 01 47 29 43 87  
formation.92@cma-idf.fr  
www.formation-cma92.fr

## PROGRAMME

### Définir une stratégie de communication claire et organisée

- Définir les objectifs de l'entreprise (auto-diagnostic et analyse concurrentielle)
- Analyser le comportement de ses cibles sur les réseaux sociaux.
- Identifier son public cible avec les personas
- Choisir les médias adaptés à ses objectifs et à ses moyens.
- Stratégie de contenu : type de contenu, canaux de diffusion, calendrier éditorial

### Comprendre les spécificités des réseaux sociaux

- Comprendre les particularités et fonctionnalités des différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest, LinkedIn...)
- Comparer les comportements spécifiques aux différents médias sociaux
- Définir son audience selon les médias (B2B, B2C).
- Déterminer les formats de publication

### Développer sa communauté

- Définir une ligne éditoriale
- Comprendre les typologies des publications par réseau social
- Analyser l'activité de la concurrence
- Qualifier et détecter les besoins des prospects et clients actuels
- Modérer et améliorer sa politique de réponses aux questions et critiques

### Animer sa page professionnelle

- Produire et publier régulièrement du contenu multimédia : textes, images, vidéos
- Gagner du temps grâce aux outils de programmation
- Créer des visuels simplement avec des outils gratuits

### Suivre et analyser les statistiques proposées

- Connaître et appliquer les bonnes tactiques pour augmenter l'engagement
- Choisir les bons indicateurs de performance
- Optimiser son budget publicitaire grâce aux statistiques

## PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi.

## PRE-REQUIS

Être initié à Internet.

## METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques  
Un poste informatique mis à disposition par participant

## ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation  
Passage de la certification CMA France.

## PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine

## SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation  
Délivrance de la certification. Questionnaires de satisfaction