

Gestion des réseaux sociaux & Ads

**RNCP35634 - TP - Niveau 6 - Concepteur designer UI - Bloc 2 (Options
Stratégies webmarketing)**

RNCP35634 - TP - Concepteur designer UI

Action de Formation : Développement de compétence.

Proposition Client :

Objectif et besoin du client : En réponse à la demande de la société..... s'engage à former Monsieur.....aux fondamentaux pour concevoir..... Cette formation sera réalisée en présentiel / E-Learning tutoré en lien avec le système organisationnel existant dans l'établissement.

L'objectif est de doter le stagiaire des compétences, des connaissances et des capacités nécessaires pour, afin de transmettre son savoir au sein de l'entreprise :

- Réaliser des illustrations, des graphismes et des visuels.
- Concevoir des interfaces graphiques et des prototypes.
- Réaliser une animation pour différents supports de diffusion. ▪ Créer des supports de communication.

Planning :

Nom prénom stagiaire :

Modalités :

Lieu :

Public Prérequis Durée Tarifs

Tous publics susceptibles d'exercer des activités de formateur.

Tout professionnel envisageant de mener des actions de formation

5 jours ou 32 heures

900 €HT net de TVA / jours en Intra

En Inter nous consulter

Délai d'accès : 14 jours au minimum

Objectifs opérationnels

- Les fondamentaux du Community Manager
- La base des réseaux sociaux
- Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media.
- Mettre en place une stratégie Social Média.
- Pinterest Ads
- TikTok Ads
- SnapChat Ads
- Développer les compétences collectives de son équipe face au changement.

Points forts

- Programme complet : Cette formation couvre tous les aspects essentiels de la communication numérique, maîtriser les différents éléments qui régissent une stratégie Webmarketing ainsi qu'un management d'équipe de projet approprié
- Approche pratique : Les leçons sont conçues pour être interactives et pratiques, avec des exercices et des études de cas pour faciliter l'acquisition des compétences.
- Mise à jour régulière : La formation est régulièrement mise à jour pour tenir compte des dernières tendances et évolutions du secteur de la communication numérique.
- Ressources supplémentaires : Les apprenants auront accès à des ressources additionnelles, comme les replays de cours en live et les formations complémentaires, pour approfondir leur connaissance du domaine.
- Veille professionnelle : La formation inclut des modules sur la veille professionnelle, aidant les apprenants à rester informés des nouveautés du secteur et à développer les compétences collectives de leur équipe.

Contenu du programme

Stratégie de Webmarketing Module 1 : Les fondamentaux du Community Manager

- Module 1.1 : L'évolution des réseaux sociaux
 - o L'histoire des réseaux sociaux
 - o Les tendances 2021- Partie 1 / Les chiffres clés
 - o Les tendances 2021- Partie 2 / Les chiffres clés
 - o Pourquoi miser sur les réseaux sociaux
- Module 1.2 : Le Community Manager
 - o Qui est le Community Manager ?
 - o Les qualités du Community manager
 - o Les bonnes pratiques - 1 : choisir le bon format
 - o Les bonnes pratiques - 2 : création de contenu
 - o Les bonnes pratiques - 3 : penser mobile first
 - o Les bonnes pratiques - 4 : social ads
 - o Les bonnes pratiques - 5 : engagement
 - o La veille quotidienne
- Module 1.3 : La communauté du Community manager
 - o Comprendre et entretenir sa communauté
 - o Construire et développer sa communauté
- Quiz module 1

Module 2 : La base des réseaux sociaux

- Module 2.1 : Facebook
 - o La présentation de Facebook
 - o La différence entre un profil, une page et un groupe
 - o La création d'une page Facebook
 - o Définir les objectifs de sa page
 - o Quelques conseils pour animer votre page Facebook
 - o L'algorithme Facebook
 - o La sponsorship Facebook
- Module 2.2 : Instagram
 - o Les bases d'Instagram – Partie 1
 - o Les bases d'Instagram – Partie 2
- Module 2.3 : LinkedIn
 - o LinkedIn

- Module 2.4 : YouTube
 - o Les bases de YouTube – Partie 1
 - o Les bases de YouTube – Partie 2
- Module 2.5 : Twitter
 - o Les bases de Twitter
- Module 2.6 : TikTok
 - o Les bases de TikTok
- Module 2.7 : Pinterest
 - o Pinterest : Comment mettre en place une stratégie
 - o Pinterest : Anatomie
 - o Pinterest : Marketing – Partie 1
 - o Pinterest : Marketing – Partie 2
 - o Pinterest : 7 étapes
- Module 2.8 : Snapchat
 - o Les bases de Snapchat
- Quiz module 2

Module 3 : Cerner les enjeux comportementaux des internautes pour construire votre projet social media

- o Les indicateurs clés de performance à analyser
- o La e-réputation
- o La veille concurrentielle et la veille sociale médias
- Module 3.1 : Le projet social media
 - o Le projet social média
 - o Chef de projet
 - o Planification
 - o Le Cycle de vie du projet - Exploration
 - o Le Cycle de vie du projet – Préparation
 - o Le Cycle de vie du projet - Mise en œuvre
 - o Le Cycle de vie du projet - Finalisation
 - o Le reporting
 - o Exemples de projets social média
 - o Création de contenus et budgets
 - o Diffusion du contenu
- Quiz module 3

Module 4 : Mettre en place une stratégie Social Média

- o Les acteurs de la stratégie digitale et opérationnelle
- o Faire des médias sociaux un outil d'acquisition client pour l'entreprise o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 1 o Le Brand content et le modèle POEM - Partie 2 o Les outils d'organisation o Les outils de veille - partie 1 o Les outils de veille - partie 2 o Les outils de création - partie 1 o Les outils de création - partie 2 o Les outils de création - partie 3
- o Les outils de planification

- Quiz module 4

Module 5 : Pinterest Ads

- Introduction du module

- Module 5.1 : Premier pas sur Pinterest
 - o L'histoire de Pinterest o Les tendances Pinterest o Le fil d'actualité o Les fonctionnalités Pinterest o L'algorithme Pinterest - Partie 1 o L'algorithme Pinterest - Partie 2 o L'algorithme Pinterest - Partie 3 o L'algorithme Pinterest - Partie 4

Cas pratiques

- o Exercice 1 o Correction de l'exercice 1
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

- Module 5.2 : le moteur de recherche Pinterest o La recherche par mot-clé o La recherche visuelle

Cas pratiques o Exercice 2

- o Correction de l'exercice 2
- o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

- Module 5.3: Pinterest, pour quel type d'entreprise ? o Blogueur

o Commerce de détail local ou service local

Cas pratiques o

Exercice 3

o Correction/ Auto-évaluation – Exercice 3

• Module 5.4 : La sponsorisation sur Pinterest o

Créer une annonce

o Utiliser les outils Pinterest pour suivre les

performances o Analyser les performances -

Partie 1 o Analyser les performances - Partie 2 o

Analyser les performances - Partie 3

Cas pratiques o Exercice 5 o Correction de

l'exercice 5

o Comment s'autoévaluer / Auto-évaluation

• Quizz : Pinterest

Module 6 : TikTok Ads

• Module 6.1 : Origine de l'application TikTok

o Introduction o L'histoire de TikTok o

Comment fonctionne TikTok ? - Partie 1 o

Comment fonctionne TikTok ? - Partie 2

Cas pratiques o

Exercice 6

o Correction/Auto-évaluation Exercice 6

• Module 6.2: Comment créer un TikTok Ads

o Annonces - Partie 1 o Annonces - Partie 2

o Mesures - Partie 1 o Mesures - Partie 2

Cas pratiques o

Exercice 8

o Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 1 o

Correction/Auto évaluation exercice 8 – Partie 2

• Module 6.3 : Quels contenus créer sur TikTok Ads ?

o Créer une vidéo TikTok sur Canva o Comment créer

un TikTok Ads

- o Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 1 o
- Outil de création disponible sur TikTok Ads - Partie 2

- Cas pratiques

1. Exercice 9
2. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 1
3. Correction/Auto évaluation exercice 9 – Partie 2
4. Exercice 10
5. Correction/Auto évaluation exercice 10

- Quiz : TikTok

Module 7 : SnapChat Ads

- Module 7.1 : Snap, comment ça fonctionne ?

- o Introduction du module o
- L'histoire de Snapchat – Partie 1 o
- L'histoire de Snapchat – Partie 2 o Le
- logo de Snapchat o Les chiffres clés
- o Bien démarrer Snapchat –
- Partie 1 o Bien démarrer Snapchat –
- Partie 2 o Les fonctionnalités o
- Snapchat, pour quel type
- d'entreprise ?

- Module 7.2 : Comment créer une annonce sur SnapChat o Pourquoi utiliser la publicité SnapChat o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 1 o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 2 o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 3 o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 4 o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 5 o Le tableau de bord SnapChat Ads - Partie 6

- Module 7.3 : Comment élargir son influence sur SnapChat o Comment élargir son influence sur Snapchat o Quelle stratégie de communication ? – Partie 1 o Quelle stratégie de communication ? – Partie 2 o Comment mesurer votre influence sur Snapchat

- Quiz : SnapChat

Module 8 : Développer les compétences collectives de son équipe face au changement

- Module 8.1 : Manager le changement
 - o Mettre en place une culture du changement
 - o Agilité organisationnelle
 - o Accompagner les transformations
 - o Gérer les résistances du changement

- Module 8.2 : La réunion
 - o Les bénéfices d'une réunion
 - o Conduite de réunion
 - o Le brainstorming
 - o La gestion du temps
 - o Les règles simples pour gagner du temps
 - o Le développement par le travail collaboratif
 - o Le compte rendu de réunion

Les pratiques d'évaluation

- Place de l'évaluation dans le processus de formation
- La taxonomie de Kirkpatrick : évaluation de la réaction du formé, des apprentissages réalisés,
- des compétences transférables et des résultats organisationnels
- Démarche et phase de l'évaluation
- Identifier les critères et les indicateurs d'évaluation d'une formation

Mise en situation professionnelle

Évaluation finale

Débriefing

Évaluation à chaud

Approches pédagogiques :

Encouragement à la participation active des participants tout au long de la formation en posant des questions, en encourageant les discussions et en fournissant des rétroactions constructives. Des exercices pratiques seront réalisés car ils sont essentiels pour permettre aux participants de mettre en pratique ce qu'ils ont appris. L'accompagnement réalisé par un processus interactif dans lequel le formateur travaille en étroite collaboration avec les participants pour les aider à atteindre leurs objectifs d'apprentissage au travers de discussion, d'échanges, d'exercices pratiques, des présentations et des démonstrations, ainsi que des évaluations régulières pour suivre la progression de l'apprenant. L'objectif est de favoriser l'engagement des participants et favoriser une meilleure compréhension des concepts clés grâce à l'interaction et à la rétroaction en temps réel

Moyens techniques/Matériel en Présentiel :

- WIFI, Barco, Rétroprojecteur, paper-board, bloc-notes, supports de cours numériques et
- papiers
- Salle de formation ou bureau équipé(e) d'ordinateurs avec les logiciels Microsoft Office
- installés (Word, Excel, PowerPoint)
- Tableaux blancs et marqueurs
- Matériel de bureau (papier, stylos, etc.)
- Brainstorming, diaporamas interactifs, analyse de la pratique, situations simulées, travail de
- groupe.

Moyens techniques/Matériel en E-Learning :

- Formation e-learning flexible : Notre formation en e-learning permet aux participants d'apprendre à leur rythme et de suivre les modules en fonction de leurs disponibilités. Cette flexibilité facilite la conciliation entre vie professionnelle et formation, rendant l'apprentissage plus accessible et pratique.
- Contenu complet: La formation couvre tous les aspects essentiels de la communication numérique, notamment le référencement naturel (SEO), la publicité payante (SEA), les réseaux sociaux et le growth hacking. Nous suivons les tendances et les innovations du secteur pour vous offrir un contenu pertinent.
- Approche pratique et autonome : Les modules de notre formation e-learning sont conçus pour encourager l'autonomie des participants tout en leur fournissant des exercices pratiques et des études de cas pour renforcer leurs compétences en communication numérique.

Évaluation de la formation :

Les participants seront évalués tout au long de la formation grâce à des exercices pratiques et des discussions. Une évaluation formelle sera également réalisée à la fin de la formation pour mesurer les compétences acquises.

En début de formation : expression des besoins et des attentes, quizz test

En cours de formation : évaluation au travers des exercices de mise en pratique, test intermédiaire, travaux de groupe

En fin de formation, à chaud : évaluation de l'impact de la formation à partir d'une grille d'auto-évaluation des compétences et de la satisfaction du participant

A distance de la formation : évaluation de l'impact de la formation sur les pratiques individuelles et collectives au travers d'indicateurs définis avec le commanditaire

Sanction de la formation : Présentation à la certification RNCP35634 - TP - Niveau 6 - Concepteur designer UI - Bloc 2 (OpAons Stratégies webmarkeAng)

ALHÉM-E FORMATION Antenne Marseille: 4 Rue Mario Pavrone –13014 Marseille -Siège social: 45 Avenue de Garlaban –13012 Marseille

Tél: 04 65 85 74 68 –Mobile: 06 34 49 37 76 -Email : alheme.formation@gmail.com RCS: 910 768 647 RCS MARSEILLE

Effectifs prévus : 1 participant (3 maximum en intra)

Date et Lieu : consulter notre calendrier de formation ou nous contacter

Tarif € euros nets de taxe : En intra : nous consulter En inter : nous consulter

Accessibilité aux personnes handicapées : lieux de formation adaptés à l'accueil de personnes à mobilité réduite. Pour plus d'information, contacter le 04 65 85 74 68.

Marseille, le 26/09/2023
Le responsable pédagogique

Alhém-e formation
SAS Alhém-e
45 avenue de Garlaban
13012 Marseille
Siret : 910 768 647 000 18

