

# FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, SPOTIFY... : COMMENT COMMUNIQUER SUR MON ENTREPRISE POUR TOUCHER CHAQUE GÉNÉRATION

Réf  
RCOMRESSOC-STE7

Modalité  
Présentiel

Durée  
1.0 jour(s) - 7.0h

Nb stagiaires  
10



## OBJECTIFS

- Comprendre comment utiliser chaque canal de communication digitale par cible
- Savoir mettre en place un plan média avec ses outils pour une entreprise
- Travailler sur le contenu des posts, des vidéos
- Savoir mettre en place des campagnes de communication gratuites et payantes (ADS)



## A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

### Public

Dirigeants, Managers et salariés

### Pré-requis

Aucun



## CONTENU

- Les outils de Méthodologie et de Marketing sur ces « cibles » sur lesquels on souhaite communiquer.
- Mettre en place une stratégie de « personae » clairement identifié pour mieux communiquer par la suite et savoir choisir les bons canaux de communication et les bons contenus
- **Facebook** : pour quelle cible ? A quelle fréquence de parution ? Quel budget ? Quels retours sur investissements ? Quelles idées de messages ?
- **LinkedIn** pour quelle cible ? Quelle fréquence de parution ? Quel budget ? Quels retours sur investissements ? Quelles idées de messages ?

- **Instagram** pour quelle cible ? Quelle fréquence de parution ? Quel budget ? Quels retours sur investissements ? Quelles idées de messages ?

- **SPOTIFY** en local : pour quelle cible ? Quelle fréquence de parution ? Quel budget ? Quels retours sur investissements ? Quelles idées de messages ?

L'apprentissage de chacun de ces canaux permet de comprendre comment utiliser des réseaux sociaux pour faire une publication, quels éléments de langage à utiliser...



## PÉDAGOGIE

Une formation très concrète à partir des cas pratiques du participant. Théorie et surtout mise en situation sur des cas propres à l'apprenant pour travailler ensemble sur les clés pour trouver une solution à un cas pratique vécu par le participant mais aussi des cas potentiels dans lesquels l'apprenant doit parvenir à mettre en place une communication de crise avec tous les outils étudiés avec le formateur.

Le but de cette formation est de rentrer « dans le vif du sujet et d'être au plus près de la réalité terrain.



## GESTION DES ACQUIS

### Méthodes d'évaluation

- **Évaluation pré-formative** : Une grille d'auto-positionnement est transmise aux apprenants en amont de la formation pour faire un auto-diagnostic de leurs compétences.
- **Évaluation de suivi** : Évaluation du développement des compétences via la grille d'auto-positionnement remplie à l'issue de la formation. Évaluation à chaud de satisfaction fournie par REZO.
- **Évaluation des acquis** : Le/la formateur/trice remplit à son tour une grille de validation des acquis basée sur les compétences et connaissances acquises.
- Attestation de fin de formation REZO



## FORMATEUR ET PARTENAIRE

Après 25 années d'expérience et de savoir-faire dans les domaines du Marketing, de la Communication et de la Direction commerciale de PME locales et d'un groupe national, et le retour à l'Université en 2018-2019 pour obtenir un Master en marketing Digital et e-commerce à l'IAE de Grenoble, notre partenaire a au fil des années, multiplié son réseau médias, établit des communiqués de presse, géré des situations de crise, travaillé sur les réseaux sociaux et géré la e-réputation des entreprises clientes.

Il propose des formations accessibles à tous liant pédagogie, concret et professionnalisme sur des sujets comme

- « Comment communiquer pour recruter ? »
- « Quels Réseaux sociaux utiliser pour promouvoir ses produits et services ? Comment les utiliser ? »
- « Comment gérer l'image de son entreprise ? »
- « Les fondamentaux du Marketing : SPECIALE NON COMMERCIAUX ET NON MARKETEURS »



## ACCESSIBILITÉ

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les solutions d'aménagement.