

CREER SA PAGE FACEBOOK ENTREPRISE

| | |
|--|--|
| PUBLIC CONCERNE | Toute personne désirant développer le réseau de son entreprise via Facebook |
| PRE-REQUIS | Une bonne pratique de l'environnement Windows et d'Internet est recommandée. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les pré-requis. |
| DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION | 1 jour – 07 heures (8h30-12h / 13h30-17h) En présentiel. Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u> |
| OBJECTIFS DE LA FORMATION | À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de comprendre le fonctionnement du réseau social Facebook et de l'adapter à la stratégie de communication de son entreprise. |
| MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES | La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique immédiate individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit et d'une imprimante réseau. Remise d'un support de cours adapté. |
| EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION | <u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs. |
| QUALITE DES FORMATEURS | Formateurs professionnels expérimentés (<u>voir l'équipe pédagogique sur notre site</u>) |
| LIEU DE LA FORMATION | Formation réalisée au centre de formation, 3 Bd de Clairfont, Bât. H 66350 Toulouges |

PROGRAMME DETAILLE:

COMMENT DEBUTER SUR FACEBOOK ?

- Définir un plan d'action, les moyens financiers et humains
- Quel type de page est-il possible de créer ?
- Quels vont être mes objectifs ?
- Quels sont les leviers marketing propres à Facebook ?

COMPRENDRE LE PHENOMENE FACEBOOK

- Qui sont les utilisateurs de Facebook ?
- Les groupes, les fans
- Faire de la veille concurrentielle avec Facebook
- Quelles sont les attentes des fans ?

LES PAGES FACEBOOK

- Facebook : droit d'auteur et droit des marques
- Comprendre les systèmes de pré et de post-modération
- Définir un plan d'action et de visibilité des pages
- Optimiser le référencement de ses pages sur Facebook
- Comprendre comment fonctionne le moteur de recherche Facebook
- Comprendre comment sont vues vos publications
- Comprendre comment vos fans interagissent avec vos pages
- Optimiser la visibilité de vos pages et recruter de nouveaux fans
- Gérer les notifications envoyées par Facebook
- Définir les rôles d'administration

ANIMER SA PAGE FACEBOOK ENTREPRISE

| | |
|--|--|
| PUBLIC CONCERNE | Toute personne désirant développer le réseau de son entreprise via Facebook |
| PRE-REQUIS | Une bonne pratique de l'environnement Windows et d'Internet est recommandée. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les pré-requis. |
| DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION | 1 jour – 07 heures (8h30-12h / 13h30-17h) En présentiel. Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u> |
| OBJECTIFS DE LA FORMATION | À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de comprendre le fonctionnement du réseau social Facebook et de l'adapter à la stratégie de communication de son entreprise. |
| MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES | La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique immédiate individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit et d'une imprimante réseau. Remise d'un support de cours adapté. |
| EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION | <u>Attestation individuelle de fin de formation</u> comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. <u>Bilan qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs. |
| QUALITE DES FORMATEURS | Formateurs professionnels expérimentés (<u>voir l'équipe pédagogique sur notre site</u>) |
| LIEU DE LA FORMATION | Formation réalisée au centre de formation, 3 Bd de Clairfont, Bât. H 66350 Toulouges |

PROGRAMME DETAILLE:

LES PAGES FACEBOOK

- Facebook : droit d'auteur et droit des marques
- Comprendre les systèmes de pré et de post-modération
- Définir un plan d'action et de visibilité des pages
- Optimiser le référencement de ses pages sur Facebook
- Comprendre comment fonctionne le moteur de recherche Facebook
- Comprendre comment sont vues vos publications
- Comprendre comment vos fans interagissent avec vos pages
- Optimiser la visibilité de vos pages et recruter de nouveaux fans
- Gérer les notifications envoyées par Facebook
- Définir les rôles d'administration

OPTIMISER SES PUBLICATIONS FACEBOOK

- Optimiser les photos commentées et les albums-photo
- Créer des « Méga albums » sur ses pages
- Publier des vidéos Facebook
- Lancer des mini-sondages sur Facebook
- Organiser des événements sur Facebook
- Rédiger et publier des articles sur Facebook
- Créer des moments-clés sur Facebook
- Comprendre le cycle de vie des publications
- Animer et susciter les commentaires des fans
- Analyser vos publications avec les statistiques :
- Quand publier ?
- Quelles publications sont efficaces ?

- Quelles sont les meilleures pratiques en termes de publication
- Quelle est la portée de vos publications ?
- Quel est le pourcentage d'interactions à partir de vos publications ?
- Quel nombre de fois votre page a été visitée ?
- Quels sont les profils démographiques de vos fans ?
- Combien de fois votre page a fait l'objet d'une mention ?
- Combien de fans ont masqué vos publications ou n'ont plus aimé votre page ?

Mesurer l'apport de Facebook

« Fan pages » : quelles sont les erreurs à éviter ?

Jeux-concours sur Facebook :

- Les bonnes pratiques et les contraintes juridiques et réglementaires
- Les applications gratuites pour créer des jeux-concours

Le f-commerce