



**INFPF**

**GERER LA  
COMMUNICATION  
DIGITALE D'UNE  
ENTREPRISE VIA LES  
RESEAUX SOCIAUX**

Programmes des parcours e-learning

Titre du parcours e-learning : **GERER LA COMMUNICATION DIGITALE D'UNE ENTREPRISE VIA LES RESEAUX SOCIAUX**

Durée du parcours : **30 heures**

<p>Objectifs :</p>	<p>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser les bons réseaux sociaux selon les objectifs et la cible définis, en exploitant toutes leurs fonctionnalités afin de permettre la réussite d'une stratégie social media de l'entreprise,</li> <li>• Mettre en place des visuels adaptés aux critères du réseau social choisi pour leur diffusion en intégrant des solutions inclusives, afin de créer un contenu optimal permettant de croître la visibilité de l'entreprise accessible à tous,</li> <li>• Elaborer un plan social media en créant sa ligne éditoriale, à partir de différents thématiques de publications afin de répondre à la demande de la communauté des réseaux sociaux utilisés,</li> <li>• Créer des publications professionnelles et des contenus en adaptant le format de diffusion, le visuel et en rédigeant le wording afin de pérenniser la visibilité de l'entreprise avec les réseaux sociaux,</li> <li>• Optimiser la gestion des pages professionnelles Facebook et Instagram en utilisant l'outil 2.0 « Meta Business Suite » afin de rendre plus efficace sa communication sur les réseaux sociaux,</li> <li>• Animer le compte social professionnel à travers de la modération des échanges, des commentaires et des messages afin de gérer efficacement la e-réputation de l'entreprise,</li> <li>• Créer une campagne sponsorisée en définissant son objectif, l'audience visée et le message à transmettre afin d'améliorer le résultat de la campagne.</li> </ul>
<p>Public concerné :</p>	<p>Cette formation en marketing digital est adaptée à un public diversifié, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Professionnels du Marketing</b> : Ceux travaillant dans le domaine du marketing cherchant à développer leurs compétences spécifiquement dans le marketing digital, les réseaux sociaux, le content marketing, et l'email marketing.</li> <li>• <b>Responsables des Réseaux Sociaux</b> : Les individus responsables de la gestion des réseaux sociaux pour des entreprises ou des marques, ou ceux cherchant à renforcer leurs compétences dans ce domaine.</li> <li>• <b>Entrepreneurs et Propriétaires d'Entreprises</b> : Les entrepreneurs et les propriétaires d'entreprises souhaitant comprendre comment intégrer efficacement le marketing digital, les réseaux sociaux et l'email marketing dans leur stratégie globale.</li> <li>• <b>Rédacteurs et Content Managers</b> : Les professionnels de la rédaction et de la gestion de contenu cherchant à optimiser leurs compétences pour les réseaux sociaux et le marketing digital.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Étudiants en Marketing et Communication</b> : Les étudiants en marketing, communication ou des domaines connexes cherchant à acquérir des compétences concrètes dans le domaine du marketing digital.</li> <li>• <b>Responsables de la Marque et de la Communication</b> : Les individus responsables de la gestion de la marque et de la communication, cherchant à renforcer leur présence en ligne et à optimiser leurs stratégies de communication digitale.</li> </ul>
<p>Prérequis :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Connaissances de Base en Marketing</b> : Une compréhension générale des principes de base du marketing pourrait être utile, même si la formation commence par une introduction au marketing digital. Des notions de segmentation de marché, de positionnement et de mix marketing pourraient faciliter la compréhension des concepts plus avancés.</li> <li>• <b>Compétences en Communication Écrite</b> : Étant donné que la formation aborde la rédaction pour le web et les réseaux sociaux, des compétences de base en communication écrite, y compris la grammaire, le style et la clarté, pourraient être bénéfiques.</li> <li>• <b>Familiarité avec les Réseaux Sociaux</b> : Une connaissance de base des réseaux sociaux, même en tant qu'utilisateur, serait utile. Cela aiderait à mieux comprendre les stratégies spécifiques liées à des plateformes telles que LinkedIn et Instagram.</li> <li>• <b>Expérience Web et WordPress</b> : Pour la Partie sur le SEO, la formation mentionne l'utilisation de Yoast SEO pour WordPress. Une certaine expérience avec WordPress et une compréhension initiale du fonctionnement des sites web seraient donc un avantage.</li> <li>• <b>Familiarité avec les Outils Numériques</b> : La formation fait référence à l'utilisation d'outils tels que Walaaxy, Meta Ads, Semrush, Google Ads, Google Analytics, et MailerLite. Une certaine familiarité avec les outils numériques et la capacité à apprendre rapidement l'utilisation de nouveaux outils sera probablement utile.</li> <li>• <b>Esprit Analytique</b> : Pour la partie mesure des performances, une capacité à comprendre les données analytiques, à interpréter des rapports et à prendre des décisions basées sur ces analyses serait un atout.</li> </ul>
<p>Qualification de l'intervenant :</p>	<p>La formatrice Daria Volkova est un expert en marketing digital et réseaux sociaux au service des entreprises.</p>
<p>Programme :</p>	<p><b>PARTIE 1 : LA DEFINITION DE LA STRATEGIE DIGITALE POUR UNE BONNE UTILSATION DES RESEAUX SOCIAUX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre le marketing digital avec un schéma</li> <li>• Le digital funnel marketing</li> <li>• Créer sa stratégie social média</li> </ul>

- Créer sa stratégie de marketing digital - 2
- Stratégie marketing digital
- Modèle de plan d'action Marketing
- Modèle de mapping parcours client
- Mapper le parcours client pour mieux comprendre ses utilisateurs
- Cas pratique - réalisez votre propre stratégie de marketing digital

## **PARTIE 2 : DÉCOUVRIR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN MODE PROFESSIONNEL**

- Introduction et chiffres clés
- La place des réseaux sociaux dans le digital marketing funnel
- La théorie des 5 poignées de main
- Le social selling : vendre avec les réseaux sociaux
- Baromètre social selling
- Tendances social média Hubspot 2022
- Focus : LinkedIn, le réseau social B2B de référence
- Automatiser ses actions sur LinkedIn avec Walaaxy
- Focus : Instagram et les vidéos verticales (reels) avec Capcut
- Utiliser Canva et créer du contenu pour les réseaux sociaux
- Appréhendez la Meta Business et programmez vos contenus pour gagner du temps
- Découvrir les fonctionnalités de la Méta Business Suite
- Réalisez vos premières publicités avec Meta Ads
- Influenceurs et partenariats de marque
- Mesurez vos performances sur les réseaux sociaux
- Modèle de tableau de reporting gratuit
- Quiz – reporting
- Étude de cas : CRRSP
- Étude de cas : The North Face Clermont-ferrand
- Étude de cas : pâtisserie Flochon à Lyon
- Étude de cas : friperie L'Affinerie à Clermont-ferrand

## **PARTIE 3 : RÉDIGER DU CONTENU OPTIMISE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

- Créer sa stratégie éditoriale pour développer une marque forte
- Modèle de stratégie éditoriale
- Quiz - stratégie éditoriale
- Le copywriting : écrire pour convaincre et pour vendre
- Copywriting - Présentation
- Le guide du copywriting - Livre
- Quiz - copywriting
- Web et réseaux sociaux : les contenus rédactionnels à connaître
- Contenus rédactionnels - Présentation
- Quiz - rédiger du contenu optimisé pour les réseaux sociaux
- Organiser sa production et sa diffusion de contenu avec un planning éditorial
- Quiz - planning éditorial

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Votre modèle de planning éditorial offert</li> <li>• Certification gratuite Hubspot</li> <li>• Veille et gestion de la e-réputation</li> <li>• Modérer et animer une page</li> <li>• Automatiser la messagerie</li> <li>• Google My Business</li> <li>• Stories FB et Instagram</li> <li>• X (ex-Twitter)</li> </ul> <p><b>PARTIE 4 : LE CANAL EMAIL POUR ALLER PLUS LOIN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'email : pilier du e-commerce et du webmarketing</li> <li>• Rapport Radicati emails</li> <li>• Les différents types d'emails et les KPIs associés</li> <li>• KPIs emails par secteur</li> <li>• Organiser sa diffusion d'emails, découvrir le cold mailing</li> <li>• Découvrir MailerLite : un outil simple et gratuit pour envoyer vos emails</li> <li>• RGPD : le cadre légal européen en matière de protection des données</li> </ul>
<p>Moyens pédagogiques et techniques :</p>	<p>Cette formation en marketing digital utilise divers moyens pédagogiques, dont des schémas, des modèles, des cas pratiques, des présentations, des chiffres clés, des focus sur des plateformes spécifiques comme LinkedIn et Instagram, des études de cas, des quiz, des certifications (notamment Hubspot), l'utilisation d'outils en ligne tels que Walaaxy, Capcut, et MailerLite et la réalisation de 5 projets que l'apprenant sera invité à téléverser sur la plateforme LMS.</p>
<p>Modalités d'évaluation des acquis :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Quizz après chaque Partie</b> : À la fin de chaque Partie du programme, un quiz permet aux participants de consolider leurs connaissances et d'identifier les domaines qui nécessitent une révision.</li> <li>• <b>Quizz final</b> : Il est conçu pour évaluer de manière globale la compréhension et la maîtrise des participants sur les concepts clés et les compétences enseignées tout au long du cours.</li> </ul>
<p>Sanction visée :</p>	<p>Ce parcours de formation peut concourir à l'obtention du titre suivant inscrit au répertoire spécifique de France Compétences : RS6240</p>
<p>Matériel nécessaire pour suivre la formation :</p>	<p><b>Ordinateur</b> : Un ordinateur personnel (PC ou Mac) est essentiel pour accéder au contenu de la formation, participer à des sessions en ligne et effectuer des exercices pratiques.</p> <p><b>Connexion Internet</b> : Une connexion Internet stable est indispensable pour accéder aux ressources en ligne et visionner les vidéos.</p>



	<p><b>Applications Logicielles :</b> En fonction des outils spécifiques mentionnés dans la formation, il peut être nécessaire d'avoir certaines applications logicielles installées. Par exemple, l'utilisation de WordPress avec Yoast SEO, ou des outils spécifiques comme Walaaxy, Meta Ads, Canva, Semrush, Google Ads, Google Analytics, et MailerLite peut nécessiter des installations ou des accès en ligne.</p>
Délais moyens pour accéder à la formation :	Immédiat
Accessibilité aux personnes à mobilité réduite :	Oui