



FICHE PEDAGOGIQUE

THEMATIQUE :	NUMERIQUE – WEBMARKETING
INTITULE DE LA FORMATION :	Définir votre stratégie sur les réseaux sociaux [FOR-426]
DUREE : <i>(en heures)</i>	7

PRE REQUIS

- Maîtriser l'environnement informatique et être à l'aise avec la navigation internet
- Avoir un smartphone et de l'espace mémoire disponible

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur la communication d'une entreprise
- Découvrir les caractéristiques des principaux réseaux sociaux et choisir le ou les réseaux les plus adapté(s)
- Planifier et réussir sa stratégie sur les réseaux sociaux

MODALITES PEDAGOGIQUES

(méthodes, moyens et outils utilisés)

METHODES

- En présentiel – synchrone – possibilité de classe virtuelle
- Formation collective
- Alternance d'apport théorique et de mise en pratique
- Mise en situation
- Méthode interrogative : alternance de techniques interrogatives tout au long de la formation : Sessions de questions-réponses en groupe, en début et fin de séquence, reformulations, questions à orales, demande de ressenti, étude des réalisations du stagiaire...

OUTILS

Salle de formation équipée (tableau blanc, vidéoprojecteur, connexion Internet) selon les établissements.

Outils numériques : centre de ressources « en ligne », sites internet des CMA (selon les établissements).

Livret ressources + d'activités : exercices, trame de plan d'actions, ...

Centre de documentations et de ressources (selon les établissements)

CONTENU PEDAGOGIQUE (par ½ journée)

JOUR 1

Matin	<p>Découvrir les principaux réseaux sociaux et leurs caractéristiques Connaitre les bases d'une stratégie sur les réseaux sociaux. Focus sur les principaux réseaux sociaux. Exemples de pages réussies pour chaque réseau social. Comprendre leurs spécificités : historique, l'audience, usage, algorithmes... Choisir les réseaux les plus pertinents pour son activité.</p>
Après-Midi	<p>Mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux Savoir se fixer des objectifs. Prendre du recul sur son entreprise, sa raison d'être et ses personas. Intégrer la notion de storytelling. Savoir comment faire participer ses abonnés et créer une communauté</p> <p>Planifier sa communication sur les réseaux sociaux Mettre en place un calendrier de publication. Découvrir les outils de planification et de multipostage.</p>

MODALITES D'EVALUATION

Evaluation formative > cas pratique réalisé par le formateur tout au long de la session

Evaluation des acquis > QCM réalisé par l'organisme de formation en fin de formation

Evaluation de satisfaction réalisée par l'apprenant > QCM format numérique ou format papier (selon les établissements)

Evaluation de satisfaction réalisée par le formateur > QCM format numérique ou format papier (selon les établissements)

EVALUATION DES ACQUIS DE LA FORMATION (COMPETENCES)

Compte tenu des **objectifs pédagogiques précisés sur les fiches programmes**, à l'issue de la session de formation, **le stagiaire sera capable de :**

- Comprendre l'impact des réseaux sociaux sur la communication d'une entreprise
- Découvrir les caractéristiques des principaux réseaux sociaux et choisir le ou les réseaux les plus adapté(s)
- Planifier et réussir sa stratégie sur les réseaux sociaux

A l'issue de la formation, une attestation de formation est délivrée en intégrant l'évaluation des acquis. Si une des compétences est non acquise, une solution de remédiation doit apparaître sur le document « attestation de formation ».

Cette évaluation des acquis doit prendre en compte **L'ACQUISITION DES SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE** dont le stagiaire pourra bénéficier à l'issue de la formation.