

FORMATION FACEBOOK EXPERTS : STRATÉGIE DE MARQUE



- 🗨️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 14 heures soit deux journées
- 📅 E-learning sur demande
- 🏢 Coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👥 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 🔍 Référence 20201137

Objectifs

- 👉 Activer une page Facebook professionnelle
- 👉 Définir une stratégie de marque efficace sur Facebook
- 👉 Maîtriser le community management et l'engagement des internautes
- 👉 Développer une campagne publicitaire : budget, outils, interface d'administration

Formateur

Notre formateur, expert des réseaux sociaux et notamment de Facebook, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 7 ans.

Prérequis de la formation

Pratiquer au minimum Facebook

À qui s'adresse cette formation ?

Directeurs marketing, des Responsables ou des Chargés de communication interne et externe, des Webmarketers, Chefs de produits, Chefs de marques, des Rédacteurs, des Journalistes, des Webmasters, des Chefs de projet digital, des Community managers.

Présentation

Les marques sont obligées d'orienter leurs stratégies vers une logique multicanale, voire omnicanale, sur internet pour pouvoir être présentes de façon efficace. Dans cette logique, Facebook se positionne historiquement comme le réseau social associant le plus de passerelles entre les différents canaux de communication, de vente, ou de distribution. La simple création d'une page pour une entreprise qui s'adresserait de façon verticale et occasionnelle à sa communauté ne suffirait pas à atteindre des objectifs clairs à moyen et long terme.

Cette formation s'adresse aux personnes qui veulent monter en puissance sur Facebook et qui pratiquent déjà ce réseau.

Elle vous permettra d'approfondir les usages du marketing, de la publicité et de la vente pour faire de ce réseau social un véritable levier pour votre site internet (vitrine, portail, ou e-commerce). Facebook est également un outil de viralisation ultra performant s'appuyant sur le développement d'une communauté engagée au service de la marque. Facebook dispose de tableaux de bords pour mesurer le ROI vos investissements pour gagner en visibilité et en efficacité sur la plateforme (community management, Facebook Ads, brand content, social CRM ...).

Programme

Veillez trouver un exemple de programme qui a déjà été réalisé par le passé. Nous adaptons votre programme selon votre besoin.

Quiz Facebook

- Comprendre l'intérêt d'une stratégie social media Facebook pour une entreprise
- Analyser quelques cas de pages Facebook (bonnes et mauvaises pratiques)
- Personnaliser et mettre en conformité l'espace Facebook d'une marque
- Maîtriser les bonnes pratiques de publication sur sa page
- Utiliser les outils de ciblage d'audience natifs de Facebook
- Relier sa page Facebook avec les autres plateformes sociales tels que Twitter, YouTube, Instagram, ...
- Interpréter et analyser les statistiques d'engagement (reach, taux de clic, taux d'engagement etc...)
- Atelier : Créer ou améliorer sa page Facebook

Facebook au service des entreprises

- Définir des objectifs réalistes pour l'entreprise (forces / faiblesses)

- Définir et adopter une stratégie adaptée à ses besoins et son secteur (B2B / B2C)
- Prévoir un budget à adosser à la stratégie (community management, contenus, publicité)
- Définir les KPI's d'une présence sur Facebook
- Créer une ligne éditoriale personnalisée et évolutive (test & learn)
- Gérer sa réputation numérique sur Facebook
- Répondre et modérer les commentaires, contrôler le buzz
- Développer une communauté organique de fans et le taux d'engagement
- Ateliers : ligne éditoriale, budget prévisionnel

Utiliser et comprendre les leviers sur Facebook

- Créer / Gérer des annonces publicitaires sur Facebook (Ads, posts sponsorisés)
- Optimiser sa présence sur Facebook grâce à une stratégie de contenus
- Exploiter les données CRM de Facebook pour créer des leads au sein de la communauté
- Créer et exploiter du brand content adapté à la plateforme Facebook

(formats : vidéo, image, les publicités de collections, carrousel, diaporama, offre, mentions j'aime..)

- Intégrer la stratégie mobile pour performer sur Facebook
- Atelier : Simulation de création de campagnes publicitaires sur Facebook (Etablir une stratégie, cibler l'audience, définir un budget, choisir les formats publicitaires etc...)

Etude de cas : créer la stratégie social media sur Facebook d'une entreprise

- Par groupes, les stagiaires élaborent la stratégie social média d'une entreprise (ou de leur entreprise) en reprenant les données vues en atelier : objectifs, stratégie sur Facebook, budget et moyens, charte éditoriale, animation, organique vs payant, données analytiques, ROI.

Conclusion de la formation, évaluation et tour de table

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, atelier, échanges d'expérience.

Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr