



Descriptif de la formation

Facebook est un formidable outil de marketing viral pour recruter et fidéliser des prospects quel que soit votre secteur d'activité. Son module publicitaire permet un ciblage très fin et permet d'obtenir une audience de qualité. L'objectif du stage est de maîtriser la création et l'animation des Pages

Professionnelles, la gestion de l'annonce des événements et de pouvoir piloter une campagne publicitaire Facebook Ads dans les meilleures conditions. Des bases essentielles pour un Social Media Manager.

Objectifs pédagogiques

- > Créer une page Facebook, la configurer, l'optimiser et l'animer.
- > Définir une stratégie, des objectifs et programmer ses publications.
- > Tester des stratégies, suivre et analyser les statistiques du réseau.

Programme

NOTIONS FONDAMENTALES / Fonctionnement, chiffres et statistiques. Création de compte et paramètres. Principe de fonctionnement. Comptes (Profils), FanPages, Groupes, Posts, Events, Stories, Directs. L'Inbound Marketing, stratégie d'engagement sur le long terme. Suivi de l'algorithme. Facebook Ads Manager. Gestion de campagnes. Standards de publication. Gestion des listes d'amis. Définir cible et planning de publication. Les pièges à éviter.

PAGE FACEBOOK / Gestion et configuration. Identité, conception de la charte graphique, standards et usages. Paramétrage des menus. Vérification de la page. Optimisation pour le référencement. Invitations. Modération du contenu. Gestion du Back Office. Bonne pratiques. Applications tierces. Gestion à plusieurs et rôles. Call To Action. Standards et usages de publication. Gestion des vidéos. Gestion des Lives. Programmation des publications sur Facebook ou avec des outils externes (Agora Pulse...). Utilisation d'un Chatbot. Reporting sur Facebook Insight. Intégration à partir des autres médias sociaux, partage automatique de posts et Open Social Graph.

CAMPAGNES PUBLICITAIRES / Les algorithmes organiques et publicitaires. Les actions (sensibilisation, considération, conversion). Les formats (Carroussel, Image, vidéo, diaporama, canvas...). Gestion du ciblage publicitaire. Définition du budget et des indicateurs de performances. Analyse des performances InSight. Les outils qui simplifient la gestion publicitaire.

CAS PRATIQUE / Mise en application sur un cas pratique ou directement sur le projet du participant et coaching personnalisé.

Initiation

PUBLIC

Salariés. Indépendants,
Intermittents et auteurs.
Chargés de communication.

PRE-REQUIS

Évoluer facilement
sous Windows ou Mac.

DURÉE

2 jours (14 heures)
Horaires : 10 h / 18 h

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Salle dédiée. Démonstrations et
cas pratiques. Exposés théoriques.
Documents supports.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questions orales ou écrites, mises
en situation, formulaires d'évaluation.
Certificat de réalisation.

LIEU DE FORMATION

105, chemin des Valladets
13510 EGUILLES.
Intra sur site à la demande.

MATÉRIEL UTILISÉ

PC I7 Quad Core, 16 Go de Ram,
Écran 27". Suite Adobe CC.

INTERVENANT

Professionnel de la branche.

SUIVI POST-STAGE

Le formateur assure suivi et assistance technique.

MODALITÉS D'ACCÈS

Inter/Intra : 2 jours ouvrés
(hors délais prise en charge OPCO)
Sur entretien téléphonique
et test de niveau éventuel.

N'hésitez pas à nous signaler toute singularité (mal de dos, problème de vision, handicap...) nécessitant une adaptation pour la réussite de votre apprentissage

2 jours - 14 heures

Petit groupe en inter - 3 personnes maximum

09 72 15 37 34

www.boomerang-formation.com

