

## Objectifs pédagogiques



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.

## Programme

### NOTIONS FONDAMENTALE

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. Intermittents et auteurs.  
Chargés de communication.

### PRE-REQUIS

Évoluer facilement dans l'environnement Windows ou Mac.

### DURÉE

2 jours (14 heures)

### HORAIRES

10 h - 18 h

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Formation individualisée  
3 stagiaires maximum.

### ÉVALUATION

Évaluation continue.  
Référentiel sous la conduite d'un professionnel du métier.

### LIEU DE FORMATION

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

### MATÉRIEL UTILISE

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

### INTERVENANT

Stage animé par un professionnel de la branche.

### SUIVI POST-STAGE

Une adresse mail permet de rester en contact avec le formateur qui assure suivi et assistance technique.

