

***Fiche  
Formation***

# ***Réseaux Sociaux***

***Découvrir et utiliser  
les Réseaux Sociaux  
dans les TPE et PME***



# Parcours Digitalisation de l'Entreprise

## Développer une stratégie de communication digitale cohérente

### Les Réseaux et Média sociaux

#### Objectifs de la formation

<b>Objectifs spécifiques</b>	<b>Identifier</b> les réseaux et médias sociaux et connaître leurs spécificités	<b>Choisir</b> les réseaux sociaux les plus adaptés à l'activité de la future entreprise	<b>Formaliser</b> une stratégie de prospection propre à chaque réseau et en assurer le suivi	<b>Acquérir</b> les fondamentaux pratiques permettant de démarrer rapidement une communication digitale
<b>Résultats attendus</b>	<b>Connaître</b> les différents réseaux sociaux, leurs spécificités. <b>Maîtriser</b> les bonnes pratiques d'utilisation des réseaux sociaux. <b>Assurer</b> une cohérence entre la stratégie de prospection du porteur de projet et les supports numériques envisagés. <b>Utiliser</b> les réseaux sociaux pour mener une prospection efficace et ciblée sur les différents segments de clientèle (B2B/B2C)			
<b>Durée</b>	Formation d'une durée de 1 ou 2 jours			
<b>Livrables</b>	Supports de cours sur clé USB remis aux stagiaires Fiches pratiques sur l'utilisation des réseaux abordés pendant la formation Création d'un compte/profil sur un ou plusieurs réseaux sociaux Matrice d'un plan de communication digitale.			

**Livrables** : support de formation, fiches pratiques

**Modalités** : formation intra ou inter-entreprise

**Formateurs** : Jean-Christophe BIERRE / Vincent LE LANN

## **Partie 1 - Un peu de théorie**

### **1 – Introduction aux notions**

- Définition des termes de référence de la formation : Communication , Marketing, Commercial, Stratégie digitale
- Réseaux sociaux, medias sociaux

### **2 - Présentation des principaux réseaux sociaux**

- 3 incontournables : Facebook, LinkedIn, Tweeter.
- Les réseaux spécifiques : Alentoor, Google+, Instagram, Slideshare...

### **3 – Les objectifs d’une bonne communication**

- Quels sont les objectifs d'une bonne communication
- Comment utiliser les réseaux sociaux pour mettre en place une bonne communication, promouvoir ses produits et services

### **4 - Notions essentielles et bonnes pratiques de la communication digital**

- Créer une communauté autour de son produit
- Conserver ses anciens contacts même si changement d'activité (anciens contacts = nouveaux contacts = nouveaux clients, ancienne entreprise génère nouveaux contacts)
- Règles des 6 contacts
- Choix des supports
- Les bases du Community Management
- Définir cibles, profils expertises (domaine d'expertise précis) pour se démarquer concurrence (quoi, qui, ou, comment)

### **5 – Aspects juridiques**

- Règles et précautions à respecter dans l'utilisation des réseaux sociaux - Déclaration CNIL

## **Partie 2 - Atelier pratique**

### **1 - Facebook**

- Créer un profil Facebook professionnel :
  - Usage professionnel uniquement
  - Permet d'être proactif (inviter, aimer des pages, ...)
- Créer une page Facebook Entreprise
  - Les informations indispensables
  - Les informations secondaires
  - Aimer et être aimé

### **2 - LinkedIn**

- Créer un compte LinkedIn
- Enrichir le profil
- Inviter les premiers contacts
- Découvrir les hubs et espaces de discussion

### **3 - Viadeo**

- Créer un compte Viadeo
- Enrichir le profil
- Inviter les premiers contacts

### **4 - Tweeter**

- Créer un profil Twitter
- Créer son premier Tweet et maîtriser l'utilisation des Hashtags, des 140 caractères
- Suivre et être suivi

### **5 - Alentoor**

- Créer un profil Entreprise
- Présenter son entreprise
- Enrichir son profil
- Trouver et inviter des contacts
- Faire des publications

### **6 - Autres** (Google+, Instagram, Slideshare , Youtube, Google photo, Flickr, Pinterest, Tumblr)