

Développer une stratégie de communication via les réseaux sociaux pour les TPE-PME

Choisissez le bon réseau pour conquérir de nouveaux clients



Objectifs

- Comprendre la dynamique et la puissance des réseaux sociaux
- Déterminer les réseaux utiles dans le cadre de vos activités
- Utiliser les réseaux pour communiquer et prospecter



Méthodes et moyens

Pédagogie :

- Exposés théoriques
- Mise en pratique à partir du besoin de chaque apprenant

Evaluation :

- Cas pratiques

Espace formation :

- Salle informatique équipée avec Windows 10 et Office 2016



Formateur

Formateur expert en numérique et marketing digital

Tarif

875 €

Nets de taxes (exonéré de TVA).
Possibilité de prise en charge totale ou partielle sous conditions*.



Durée

5 jours - 35 heures



Prérequis

Aucun



Effectifs

Minimum : 6

Maximum : 12



Publics

Chef d'entreprise, conjoint-collaborateurs et salariés



Formation certifiante RS 6078 éligible au CPF

Les dates

Site	Contact Conseillère Formation	1 ^{er} semestre	2 ^{ème} semestre
Metz 5 boulevard de la Défense	KULICHENSKI Anna akulichenski@cma-moselle.fr 03 87 39 31 63	Vendredis 16 et 23 mai - 6, 13, 20 juin 2025 (9h-17h)	
Thionville 10 allée de la Terrasse	BUZON Claire cbuzon@cma-moselle.fr 03 82 59 45 89	Jeudis 06-13-20-27 mars 03 avril 2025 (9h-17h)	Lundis 03-17-24 nov. 01-08 déc. 2025 (9h-17h)
Forbach 1 Rue Camille Weiss	WENGELER Isabelle iwengeler@cma-moselle.fr 03 87 87 04 80	Mercredis 05-12-19-26 mars - 02 avril 2025 (9h-17h)	Mercredis 17-24 sept. - 01-08-15 octobre 2025 (9h-17h)
Sarrebouurg Z.A les Terrasses de la Sarre	CHRIST-PARRET Anne-Marie achrist@cma-moselle.fr 03 87 03 23 43	Lundis 03-10-17-24-31 mars 2025 (9h-17h)	Lundis 15-22-29 sept. 06-13 oct. 2025 (9h-17h)

* Contactez votre conseillère formation pour plus d'information sur les possibilités de prise en charge.



Programme

Jour 1

Sélectionner les réseaux sociaux adaptés à la promotion de son activité

- Panorama, objectifs et fonctionnalités des différents réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn et Google
- Les besoins en communication digitale de chaque entreprise
- Les cibles clients

Définir sa stratégie digitale

- Identifier les contenus et les images adaptées à son activité
- Choisir les contenus en fonction de chaque réseau

Jour 2-3-4

- Prise en main des réseaux (création de compte)
- Paramétrage de compte
- Prospecter via ses réseaux
- Techniques d'acquisition de client
- Animer sa page professionnelle
- Interagir avec les abonnés

Jour 5

- Evaluer l'impact de la communication auprès de ses abonnés
 - Les statistiques
 - Ajuster sa stratégie



Inscriptions

- Réception du bulletin d'inscription au plus tard **quatre** semaines avant le démarrage de la formation.



Accessibilité

- Nous consulter concernant les conditions d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap.