

TRANSVERSAL

LA STRATEGIE POUR REMPLIR SON AGENDA GRACE AUX RESEAUX SOCIAUX

Par Mallaury LE BRIS



Durée

2.5 jours soit 17 heures : de 9h à 17h



Prérequis

♦CAP minimum



Publics concernés

Coiffeur, salarié et/ou
Conjoint collaborateur, Apprenti
Groupe de 8 à 12 participants



Tarif :

780€ si adhérent

880€ si non adhérent

RESTE A CHARGE POUR LE CHEF D'ENTREPRISE ADHERENT : 355€

RESTE A CHARGE POUR LE SALARIE DONT L'EMPLOYEUR EST ADHERENT : 270€

DATES DE LA FORMATION SUR 2.5 JOURS : 08 avril journée, 29 avril journée et 27 mai matin



OBJECTIFS

Développement des compétences professionnelles.

A l'issue de la formation, les stagiaires devront être capables de :

- ✓ Comprendre les principes du marketing digital, et l'intérêt des réseaux sociaux dans sa stratégie d'entreprise
- ✓ Définir sa vision et son identité
- ✓ Définir ses objectifs et la stratégie réseaux sociaux qui en découle
- ✓ Bâtir un planning éditorial afin d'animer, fédérer et créer du contenu pour son audience
- ✓ Apprendre à réaliser des contenus engageants
- ✓ Analyser les résultats



PROGRAMME

JOUR 1 – Le lundi 8 avril journée

Début de formation - 9h

Accueil, présentation et tour de table
Quizz de positionnement de début de formation

Module 1 - 9h30 : fondamentaux du marketing digital

- ✓ Objectifs
- ✓ Intérêt pour une entreprise
- ✓ Principes-clés
- ✓ Zoom sur l'inbound marketing
- ✓ Quizz de fin de module

PAUSE DÉJEUNER - 13h

Module 2 - 14h : fondamentaux des réseaux sociaux

- ✓ Principes-clés
- ✓ Zoom sur les objectifs : comprendre l'intérêt de se fixer des objectifs chiffrés sur les réseaux
- ✓ Définir la cible
 - > Mise en pratique : définir son client idéal
- ✓ Analyser l'environnement
- ✓ Définir la plateforme de marque
 - > Mise en pratique : définir sa vision, ses valeurs, et sa mission
- ✓ Définir son identité visuelle : réflexion autour des couleurs, typographies ...
 - > Mise en pratique : définir son identité visuelle et ses modèles d'édition

Fin de journée - 16h50

- ✓ Réflexion et échanges sur les pratiques et les techniques apprises
- ✓ Retour sur les attentes et les objectifs de chaque stagiaire
- ✓ Evaluation à chaud de la formation par les stagiaires
- ✓ Evaluation à froid des acquis de la formation par le stagiaire
(Envoyé par mail 3 mois après la formation)

JOUR 2 - Le lundi 29 avril journée

Début de formation - 9h

Rappel des notions vues lors de la dernière session

Module 2 (suite) - 9h20

- ✓ Créer sa ligne éditoriale: stratégie de contenus, fréquence de publication, storytelling

> Mise en pratique : définir ses piliers de contenus et idées de posts

Module 3 - 10h45 : la gestion des réseaux sociaux au quotidien

- ✓ Définition de la gestion des réseaux sociaux : rôle et intérêt
- ✓ Tour d'horizon des réseaux sociaux et leur rôle : Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, Pinterest
- ✓ Rédaction de légendes : méthode AIDA

PAUSE DÉJEUNER - 13H

Module 3 - 14h : la gestion des réseaux sociaux au quotidien (suite)

- ✓ Le planning éditorial : outil, procédé d'exécution

> Mise en pratique : création d'un planning éditorial sur 1 mois + création de légendes

- ✓ Meta Business Suite : tour d'horizon de la plateforme
- ✓ Modération
- ✓ Messages privés
- ✓ Analyser les résultats : statistiques à connaître

Fin de journée - 16h50

- ✓ Réflexion et échanges sur les pratiques et les techniques apprises
- ✓ Retour sur les attentes et les objectifs de chaque stagiaire
- ✓ Evaluation à chaud de la formation par les stagiaires
- ✓ Evaluation à froid des acquis de la formation par le stagiaire

(Envoyé par mail 3 mois après la formation)

JOUR 3 - Le lundi 27 mai matin

Début de formation - 9h

- ✓ Rappel des notions vues lors de la dernière session

Module 4- 9h20 : la création de contenus

- ✓ Principes-clés de la création de contenu
- ✓ Focus Instagram : les différents contenus (publications, Réels, carrousels, stories, lives)
- ✓ Comment faire des vidéos de qualité
- ✓ Les outils pour créer du contenu : Canva, Instagram, CapCut

> Mise en pratique : création d'un réel et d'une storie

Fin de formation - 12h

- ✓ Quizz de positionnement de fin de formation
- ✓ Réflexion et échanges sur les pratiques et les techniques apprises
- ✓ Retour sur les attentes et les objectifs de chaque stagiaire
- ✓ Evaluation à chaud de la formation par les stagiaires
- ✓ Evaluation à froid des acquis de la formation par le stagiaire

(Envoyé par mail 3 mois après la formation)

MOYENS PEDAGOGIQUES

A fournir par l'organisme de formation :

Salle de réunion, paperboard, vidéoprojecteur, dossier de stage.
Le formateur apporte l'ensemble du matériel nécessaire à la pratique de sa formation.

MATERIEL à fournir par les stagiaires :

[Téléphone portable avec connexion internet](#)
[Ordinateur portable avec connexion internet](#)

METHODES UTILISEES

Pédagogie active et participative, entre contenu théorique et pratique.

- ✓ Support de formation
- ✓ Template de calendrier éditorial
- ✓ Exemples adaptés au secteur de la coiffure
- ✓ Atelier de travail en groupe et individuels
- ✓ Quizzes

**MODALITES
D'EVALUATION**

- Evaluation diagnostique du stagiaire
- Evaluation à chaud de la formation par le formateur
- Evaluation à chaud de la formation par le stagiaire
- Evaluation à froid des acquis de la formation par le stagiaire

**DOCUMENTS
DELIVRES**

- Questionnaire de pré-formation
- Feuilles de présence
- Dossier de stage
- Fiche d'évaluation de fin de formation
- Attestation de stage et Certificat de réalisation
- Facture

**MOYENS
HUMAINS**

Présence d'un membre de l'Unec Pays de la Loire en début et fin de journée pour contrôler et vérifier le bon déroulement de la journée
