

## Programme

*Introduction et positionnement initial*

### 1. L'écosystème et les grands enjeux et objectifs sur TikTok

- Quelques chiffres
  - L'explosion des usages et audiences sur TikTok
  - Cartes d'identité de TikTok (audiences, objectifs, heures de publishing, forces & faiblesses)
  - Quels sont les codes de communication
- Atelier :** présenter 2 comptes TikTok

### 2. Gérer son compte TikTok

- Les formats de contenus à disposition
  - Mettre en place une stratégie de communication sur TikTok (ligne éditoriale et stratégie de contenu)
  - Mesurer les performances de ses prises de parole
- Atelier :** analyse de campagnes et retours d'expérience

### 3. Lancer des campagnes ads sur TikTok

- Comment créer des campagnes paid (outils, fonctionnement, structure, budget, durée, audiences)
  - Mesurer les performances de ses campagnes social paid
- Atelier :** prise de brief et création d'une campagne social media

*Conclusion et évaluation individuelle*

## DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

## TARIF

1 290 euros HT

## INTERVENANT

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First

## DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

## DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour faire le tour des bonnes pratiques, formats et retours d'expériences sur cette plateforme sociale

## COMPÉTENCES VISÉES

- Comprendre les enjeux et objectifs de TikTok
- Mettre en place une stratégie éditoriale et de contenu adaptée
- Gérer et analyser les résultats générés sur cette plateforme

## PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

## PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

 **SUR PLACE OU À DISTANCE** 



*Photo par Solen Feyissa sur Shutterstock*