

Facebook et Instagram :

optimiser sa présence de marque sur Meta

Programme

Introduction et positionnement initial

1. L'écosystème et les grands enjeux et objectifs sur Facebook et Instagram

- Quelques chiffres
 - Cartes d'identité de Facebook et Instagram (audiences, objectifs, heures de publishing, forces et faiblesses)
 - Quels sont les codes de communication
- Atelier :** analyser 2 comptes Facebook et Instagram

2. Gérer des comptes Facebook et Instagram

- Les formats de contenus à disposition
 - Mettre en place une stratégie de communication sur Facebook et Instagram (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 Facebook et Instagram

- 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

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour faire le tour des bonnes pratiques, formats et retours d'expériences sur ces plateformes sociales

COMPÉTENCES VISÉES

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

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

1 290 euros HT

INTERVENANTS

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First
Alizée MAZEL, Fondatrice - Pépité2Com
Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

 **sur place ou à distance** 



Photo par Alexander Shatov sur Shutterstock