

Facebook et Instagram :

optimiser sa présence de marque sur Meta

Programme

Introduction et positionnement initial

1. L'écosystème, 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

4. Découverte des outils IA dédiés à l'univers Meta

Conclusion et évaluation individuelle

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

1 290 € HT

INTERVENANTS

Jehan LE CHEVOIR, Co-CEO - Social First

Hamin SLIMANI, Team lead social ads - OMD

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour faire le tour des bonnes pratiques, formats et retours d'expérience 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

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Tous publics.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

 **SUR PLACE OU À DISTANCE** 



Photo de Alexander Shatov sur Shutterstock

CH:3 Social media et influence | IMR3

Inscription, renseignements, intra ou sur mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu