

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

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

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

 **SUR PLACE OU À DISTANCE** 



Photo par Alexander Shatov sur Shutterstock