Gestion d'une page Facebook entreprise

Référence	FB2 – Mise à jour 2/2021
Durée	54 heures
Pédagogie	-Pédagogie orientée projet -Supports de cours numériques -Progression personnalisée
Public Visé	Tout public
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE
Prérequis	– Bonne connaissance des navigateurs Internet – Utilisation avancée de Windows, Linux ou de MacOS – Bonne maîtrise du Français
Lieu	Dans nos locaux, sur site ou en FOAD
Formation éligible au CPF	235908

1 Objectifs / Finalités

- Créer et gérer une page Facebook pour le compte d'entreprises ou d'associations en lien avec une activité professionnelle publique ou privée
- Créer et publier des contenus adaptés à la stratégie globale de l'entreprise mais aussi aux spécificités des réseaux sociaux.
- Créer et faire évoluer une audience et une communauté
- Communiquer sur les activités de l'entreprise
- Exploiter les réseaux sociaux pour réaliser une veille sur son secteur d'activité ou les secteurs proches

2 Thématiques

Séquence 1 : Stratégie de communication Facebook

- Mesurer le potentiel relationnel, de communication et commercial de Facebook.
- Définir une stratégie pour l'entreprise, la marque ou le produit en concordance avec la stratégie globale de l'entreprise
- Créer un plan d'actions pour la mise en place et la gestion de la page Facebook entreprise.

Gestion d'une page Facebook entreprise

Séquence 2 : Création de la page Facebook entreprise

- Créer un profil personnel pour l'adminitrateur
- Créer une page entreprise / marque / produit adaptée
- Faire un choix maîtrisé de nom de page
- Utiliser de manière efficiente l'interface d'administration de la page
- Ajouter des applications ou des liens d'informations vers la page ou depuis la page

Séquence 3 : Connecter la page

- Maîtriser les « like », partages…
- Maîtriser les connexions directes vers Facebook depuis un autre média
- Identifier les pages concurrentes et les marques et pages de référence
- Créer des liens de contenu entre plusieurs pages
- Maîtriser le contenu dupliqué et le droit d'auteur

Séquence 4 : Animer une communauté Facebook

- Gérer les comptes de gestion de la page
- Définir les contenus et la ligne éditoriale en fonction des attentes de la communication globale de l'entreprise
- Ajouter des « posts », créer et animer des événements
- Utiliser les images, la vidéo, les Tag
- Obtenir les premiers fans et les premiers visiteurs
- Faire grossir la communauté avec des fans de qualité et adaptés au public visé
- Dialoguer avec les visiteurs de la page
- Gérer la sortie de produit, les évolutions de gamme de l'entreprise et les crises.

Séquence 5 : Enrichir la communauté

- Ajuster l'expérience utilisateur
- Créer une boutique Facebook
- Ajouter des fonctionnalités à la page
- Ajouter des applications à la page
- Créer et administrer des sondages et des concours
- Gérer mieux et plus efficacement.

Séquence 6 : Les outils publicitaires et statistiques de Facebook

- L'utilité de la publicité Facebook
- Créer des campagnes publicitaires pour la page
- Créer des campagnes publicitaires pour mettre en avant une publication
- Etablir un budget cohérent avec les attentes et les performances organiques
- Sélectionner les bons formats publicitaires
- Contrôler les campagnes de publicité et leur efficacité
- Analyser les comportements et les statistiques démographiques
- Mesurer le retour sur investissement
- Utiliser les outils Insight

3 Evaluations

- Evaluations théoriques et pratiques en cours de formation avec reprise des points non acquis si besoin
- Evaluation en fin de formation