

OBJECTIFS

Être capable de :

- Créer entièrement des vidéos adaptées à Internet avec un smartphone
- Élaborer une stratégie de contenus performante et mesurable
- Établir une stratégie de dialogue adaptée aux réseaux sociaux et attentes de leurs utilisateurs
- Amplifier l'image et la fidélité d'une entreprise / marque en développant l'engagement de sa communauté sur les réseaux justement sélectionnés
- Évaluer et exploiter les résultats quantitatifs et qualitatifs des posts organiques et des publicités payantes diffusées sur les réseaux sociaux
- Utiliser les outils Facebook Business Manager et de Social Analytics

PUBLIC

Tout professionnel qui souhaite acquérir des compétences dans la gestion des communautés, la relation client et la création de contenus vidéo destinés à la communication digitale, tel que : responsables ou chargés de marketing ou communication, journalistes JRI, rédacteurs, graphistes, vidéastes....

CONTENU

- Vidéo avec un smartphone – Tournage, montage et publication de vidéos pour les réseaux sociaux
- Marketing digital - Les fondamentaux pour définir ses audiences avec les personas et établir le dialogue avec elles
- Communication web – Les différents canaux pour développer la notoriété de sa marque et atteindre ses objectifs commerciaux
- Réseaux sociaux - Profils – Connaître les spécificités des principales plateformes et leurs algorithmes
- Réseaux sociaux - Stratégie – Définir une stratégie pour construire son image, sa communication et la vente avec le Social selling
- Rédaction réseaux sociaux – Rédiger selon les publications et utiliser les hashtags
- Réseaux sociaux - Publications – Concevoir des publications organiques efficaces
- Marketing de contenus – Définir une stratégie de contenus pour établir la crédibilité de sa marque
- Inbound marketing – Intéresser ses prospects pour les transformer en clients
- Communautés – Construire une communauté engagée et s'appuyer sur les influenceurs
- Réseaux sociaux - Publicité – Réaliser et gérer des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux
- Social Analytics – Fixer des objectifs et analyser le résultat des actions mises en place
- Veille sociale et e-reputation – Surveiller et analyser les mentions de sa marque, ses concurrents et son domaine d'activité sur les réseaux sociaux
- Élaborer la stratégie sociale d'une entreprise et la décliner en contenus (corporate, visuels et audiovisuels)

PRÉ-REQUIS

Français courant (le cours est uniquement animé en français)

Aisance dans l'utilisation d'Internet (utilisation des moteurs de recherche, courrier électronique...).

Avoir un profil actif et des connaissances confirmées dans l'utilisation des principaux réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Instagram), à titre privé ou professionnel ainsi que des compétences de base dans le traitement d'image (couleur, filtre, luminosité, redimensionnement).

Posséder un smartphone récent (min. iPhone 7 ou Samsung 7), disposant d'au moins 10 Go de stockage disponible, avec l'application Filmic Pro déjà installée (Fr 15.-) au début du cours. Les utilisateurs d'iPhone 7 ou plus doivent aussi prévoir un adaptateur lightning/jack.

MÉTHODE

Apports théoriques suivis de mises en pratique à travers des exercices appropriés.

D'ENSEIGNEMENT

Animation par des formateurs et professionnels spécialisés dans le domaine du web et de l'audiovisuel.

QCM journaliers de révision, test QCM final et projets d'ateliers certifiants.

COMMUNITY MANAGEMENT & VIDEO MARKETING

GESTION DE LA RELATION CLIENT, DÉVELOPPEMENT DE COMMUNAUTÉS
ET CRÉATION DE CONTENUS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

PAGE 2

SUPPORT DE COURS	Ressources et tutoriels vidéos via notre plateforme e-learning, accès valable 1 année
ORGANISATION	Le nombre de participants est limité à 16 au maximum pour la partie Community Management en journées complètes et à 10 pour le sous-module TMP vidéo avec smartphone en demi-journées.
DURÉE	16 jours au total (équivalent à 149 périodes) dont : - 13 jours complets de cours Marketing digital & Community Management (dont 2 jours de projet d'atelier) - 6 demi-journées de cours TMP vidéo avec smartphone
HORAIRES	Jours complets : 8h45 - 12h30 (^{1/2} journée matinée) et 13h45 - 17h30 (^{1/2} journée après-midi) soit 7 heures effectives par jour ou 3h30 effectives par demi-journée.
DATES	Se renseigner auprès de l'institut ou consulter notre site internet.
PRIX	Cours : Fr. 3'690.- E-learning (en option) : Fr. 60.- TOTAL : Fr. 3'750.-
ÉVALUATION DES ACQUIS	L'atteinte des objectifs fait l'objet d'un contrôle régulier, à travers des exercices communs et individuels, permettant à l'apprenant de se situer.
ATTESTATION ET CERTIFICATION	Un certificat de module est délivré au terme de la formation lorsque les critères suivants sont remplis : <ul style="list-style-type: none">• Un taux de présence au cours de 80% minimum• Un taux de réussite au test QCM final de 70% minimum• La présentation du projet d'atelier en fin de formation (note moyenne / 6) <p>Dans le cas où ces conditions ne sont pas remplies, le certificat est remplacé par une attestation dans laquelle figure le nombre de jours de présence du participant.</p>