

## OBJECTIFS DE FORMATION

Résultats attendus en fin de parcours. Être capable de :

- Animer ses pages Facebook et Instagram
- Optimiser sa communication sur Facebook et Instagram
- Créer et publier du contenu pertinent
- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Définir ses critères de ciblage et sa dépense
- Produire des visuels attractifs
- Incarner visuellement son message
- Analyser et comprendre les performances de ses campagnes publicitaires
- Mesurer ses performances

## ÉVALUATION DES ACQUIS

- Évaluation à chaud des connaissances en cours de la formation par la mise en pratique des thématiques abordées

## PRÉREQUIS

- Connaître, même de façon rudimentaire le fonctionnement de Facebook et Instagram (Site et application mobile)

## PRÉREQUIS TECHNIQUE

- Ordinateur ou tablette ou Smartphone
- Connexion internet
- Adresse électronique valide et facilement accessible par le participant
- Un compte Facebook et Instagram actifs

## PUBLIC

- Les salarié(e)s utilisant Facebook et Instagram de façon régulière dans le cadre de leur fonction.

## DURÉE /PARTICIPANT & DATE

**Durée par participant : 07 heures**

**Date à définir**

## ORGANISATION

- Formation organisée en présentiel
- Assiduité attestée par les feuilles d'émargements et par ½ journées.

## MÉTHODES

Seront privilégiées les méthodes

- Expositive
- Interrogative
- Active

## LIEU

- Intra entreprise

## SATISFACTION

- Questionnaire de satisfaction à chaud

## AMÉLIORER SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE DE FACEBOOK ET INSTAGRAM

### CONTENU

#### Rappel des bonnes pratiques

- Notions de mimétique
- Le fonctionnement des algorithmes de Facebook et Instagram
- La composition graphique et ressources internet
- La rédaction synthétique

#### Les mécanismes et rouages

- Connaître les spécificités et objectifs de Facebook et Instagram
- Concevoir ses objectifs de stratégie de communication en prenant en compte chaque spécificité
- Arbitrer sur le choix de communication en fonction des objectifs mis en place

#### Les outils stratégiques

- Les critères techniques et/ou éditoriaux
- La matrice de conception et choix des contenus (images – texte – tournure de phrase...)
- Prise en main des outils d'analyse d'audience inclus dans Facebook et Instagram.
- Prise en main des outils de création de publication : Creator Studio.

### PARTICIPANT(E)S

#### Salarié(e)s de l'UGC

- Nombre minimum de participant(e)s : 04 salarié(e)s
- Nombre maximum de participant(e)s : 06 salarié(e)s

### ARTICULATION

- Alternance d'apport théorique et d'études de cas.
  - ✓ Travailler en situation réelle :
    - Créer un contenu & publier son post
    - Suivre l'audience
    - Remédier le contenu (fond et forme)
    - Retour sur expérience et échange de bonnes pratiques entre pairs

### SANCTION

- Attestation de capacités professionnelles
- Certificat de réalisation

### ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

**Leila BRASSOUS** Directrice et Responsable Pédagogique  
12 ans d'expérience en ingénierie de formation

**Audrey FABES** Assistante Pédagogique  
08 ans d'expérience en formation pour Adultes

**Marc LABICHE** Formateur Intervenant  
15 d'expérience professionnelle, dont 5 ans en formation pour adultes