

# SB

*Sophie Buonomas*

## Programme détaillé de la formation RESEAUX SOCIAUX

### Indicateurs qualité

Nombre de stagiaires formés en 2024 : 6

Nombre de sessions en 2024 : 6

Taux d'assiduité : 100% - Taux de rupture : 0%

Taux de satisfaction : 100%

## SBCW Formatio

## 1. Public

Cette formation s'adresse prioritairement à Tous professionnels, aux créateurs ou repreneurs d'entreprises artisanales, commerciales ou libérales, exerçant ou non une activité en charge de développement de son activité.

## 2. Pré-requis

Aucun pré requis n'est nécessaire pour suivre cette formation

## 3. Objectifs

Les objectifs principaux de cette formation sont de :

- Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement.

## 4. Profil formateur

Sophie APELIAN - BUONOMANO

Née en 1980

10 ans d'entreprenariat

10 ans d'activité sur internet.

diplômée :

- d'un **DIPLÔME ESC, marketing et communication.**
- d'un BACHELOR INTERNATIONAL, en communication
- d'un DUT GEA, Gestion des entreprises et Administrations

*« Ma plus belle réussite ? My Origin'Art, j'ai créé un marketplace de créateurs de modes 100% français : [www.myoriginart.com](http://www.myoriginart.com). J'ai fait des rencontres riches, et été partenaires de grandes enseignes, salons, ou médias comme Cultura, Créativa ou Chérie FM »*

## 5. Détail du programme

### **JOUR 1 : Journée globale Réseaux Sociaux**

#### **MATIN :**

Marketing et réseaux sociaux

Notions de marketing

Notions de web marketing

Notions d'inbound marketing

Notions de marketing relationnel

Génération « réseaux sociaux » Le consommateur-média

Les programmes « ambassadeurs » de type « UGC »

Les nouvelles tendances des réseaux sociaux

#### **Travailler sa marque sur les réseaux sociaux**

Panorama et caractéristiques des réseaux sociaux en France

Les spécificités des réseaux sociaux

Définir des objectifs sur les réseaux sociaux

#### **APRES MIDI**

#### **Concevoir la bonne stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux**

Comment trouver des sujets sur la durée ?

Le plan de contenu

La ligne éditoriale : contenu et tonalité

Le calendrier éditorial

Écrire pour créer de l'engagement les réseaux sociaux : de Aïda au CTA

La publicité sponsorisée sur les RS Le « social selling » (vente sur les réseaux sociaux)

#### **Comment les réseaux sociaux développent les chiffres d'affaires ?**

Comment trouver vos prospects et vendre sur les réseaux sociaux ?

Les difficultés rencontrées

Les clés pour réussir

## **JOUR 2 : Instagram**

### **MATIN :**

#### **Instagram :**

Comprendre Instagram

L'univers Instagram : le profil, la page, le groupe, l'événement, le like, etc

Instagram et son audience : tranches d'âges et attentes

Pourquoi choisir F Instagram ?

Les objectifs pour une activité, une entreprise, une marque

Comment promouvoir sa page de fans ?

Des leviers intéressants : les apps, les jeux concours, etc

Secrets et astuces incontournables sur Instagram

La publicité sur Instagram Mesurer et optimiser

Les algorithmes de contenu des réseaux sociaux : comment en tirer parti ?

Focus sur l'algorithme Instagram

Les indicateurs de mesures (KPI) : engagements, ROA, ROE, etc

### **APRES MIDI**

Observer les concurrents

Exercice « Cas pratique » pour votre marque ou activité :

Quels réseaux sociaux pour ma marque (où sont les prospects et clients, où sont mes concurrents ?)

Trouver les bons sujets

Établir la ligne éditoriale

Établir le calendrier éditorial

L'utilisation d'outils en ligne pour élaborer le bon post (textes et images)

Définir une stratégie opérationnelle sur Instagram

Rédiger un contenu « post » sur Instagram

Rédiger un contenu « post » sur un autre réseau social que Instagram

## **JOUR 3 : Journée « Autres réseaux sociaux »**

### **MATIN :**

#### **X et Threads**

Qu'est-ce que X et Threads ?

L'univers et le vocabulaire X et Threads

Comprendre la logique X et Threads

X et Threads et ses caractéristiques : la veille, le partage, la communauté

X et Threads et ses leviers pour l'entreprise, la marque

#### **Facebook, META**

Qu'est-ce que Facebook ?

L'univers et le vocabulaire de Facebook

Comprendre la logique Facebook

Facebook et ses caractéristiques : émotion, communauté et visibilité

Facebook et ses leviers pour l'entreprise, la marque

La publicité sur Facebook

### **APRES MIDI**

#### **Linkedin**

Qu'est-ce que LinkedIn ?

L'univers et le vocabulaire LinkedIn

Comprendre la logique LinkedIn

LinkedIn et ses caractéristiques : profils, groupes, pages entreprises

LinkedIn et ses leviers pour l'entreprise, la marque

La publicité sur LinkedIn

#### **Les blogs**

Introduction sur la création d'un Blog

Différencier les blogs et les sites Web

Définir une charte d'utilisation, modérer les commentaires

Les responsabilités du blogueur

Les erreurs à éviter

Définir l'objectif du blog

Installation d'un blog

Insérer des éléments multimédias et enrichir les pages

## 6. Méthodes mobilisées

La formation se déroule La pédagogie sera active et participative. Elle alternera entre les apports d'information de l'animateur qui est diplômée master 2 de L'Ecole Supérieure Commerce de Marseille (KEDGE), webmaster expérimentée, spécialiste WordPress et formatrice, les mises en pratique sous forme d'exercices et d'études de cas et une évaluation des compétences acquises. Nous remettons le support de présentation en début de formation.

La salle est composée d'un :

- Accès wifi

NOTA : chaque participant doit se munir d'un ordinateur portable équipé Wifi pour cette formation.

## 7. Mode d'évaluation et de validation

Évaluation par le formateur à partir:

- d'un questionnaire de positionnement en début de formation et d'un entretien individualisé,
- d'un entretien permettant l'expression à mi parcours sur la progression des apprentissages,
- d'un questionnaire en fin de formation ainsi que d'un bilan exprimé
- d'un entretien téléphonique à 3 mois après formation

Attestation de formation : l'apprenant obtient une attestation de formation.

## 8. Durée

**Durée** : La formation dure 3 jours – (21h). **Horaires** : 8h45-12h30 / 13h30-16h45

**Lieu (Formation en inter)** : à définir ensemble

## 9. Tarifs

Le tarif de ce module de formation est à déterminer en fonction de l'adaptation du programme. Les modes de règlement sont les suivants :  
Chèque ou Virement. Nous contacter.

## 10. Modalités et délais d'accès

Notre organisme de formation s'engage à répondre en 48h à toute demande d'information relative pour toute formation. Une fois le contact établi, nous envisagerons conjointement la date la plus appropriée en fonction de vos besoins et de vos enjeux. Sauf cas particulier, la mise en place de la formation pourra se faire dans le mois suivant votre demande.

## 11. Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nos formations sont à priori accessibles à tous. Cependant en cas de doute, nous vous invitons à prendre contact directement avec nous, en amont de la formation, pour que nous puissions en discuter et au besoin adapter notre pédagogie et nos activités en fonction des situations de handicap qui pourraient se présenter. Dans le cas où nous ne serions pas en mesure de répondre à vos attentes, nous avons dans notre liste de partenaires l'Agefiph vers lequel nous pourrions vous orienter.

## 12. Contacts

L'Organisme de formation SOPHIE B – SBCW est géré et administré par **Sophie BUONOMANO**. Ce sera également votre contact privilégié concernant la qualité des formations et les éventuelles situations de handicap.

C'est le seul formateur à intervenir dans la formation : **Sophie BUONOMANO**  
**06.40.15.54.64** - [sophiebuonomano@gmail.com](mailto:sophiebuonomano@gmail.com)