



(14h)

(08h-12h)



INTER : 50.000 CFP p/p



### Public :

Chef d'entreprise, ou chargé de communication qui désire animer efficacement sa page Facebook.

### Prérequis :

Une page Facebook professionnelle, avec les droits d'administration

Une bonne connaissance d'un tableur Excel.

Animer une page Facebook professionnelle depuis minimum 6 mois ou avoir participé à la formation Niveau 1.



### Méthodes

#### pédagogiques :

Alternance d'apports théoriques et de travaux pratiques.

#### Modalités d'évaluation :

Quiz – Test de connaissance à compléter par le participant.

Evaluation des travaux pratiques par le formateur.



### Profil intervenant

Expert en webmarketing depuis 1998 et titulaire du diplôme de formateur d'adulte, Ludovic s'est donné pour mission d'accompagner les entreprises dans leur présence sur internet.



Tel. 410 400

## Web Marketing

### Page Pro. Facebook, niveau 2

#### Objectifs

- Être autonome sur son Community management Facebook, autant en visibilité organique (gratuit) que payante
- Gérer ses campagnes publicitaires Facebook
- Construire un tableau de bord stats efficace pour optimiser sa communication

#### Déroulé pédagogique

##### Flash-back sur les bonnes pratiques de Community management

- Bonnes pratiques sur la structure de la page de sa société
- Rédiger un message organique efficace : de la rédaction à la publication, sans oublier l'illustration

Exercice pratique : audit de la page Facebook de sa société. Analyser les points forts et points faibles de sa page et des derniers messages postés

##### Les statistiques organiques de Facebook

- Quels indicateurs retenir ?
- Construire un tableau de bord, et interpréter les statistiques retenues pour piloter sa stratégie organique

Exercice pratique : A l'aide d'un tableur, construire le tableau de bord de sa société, et rédiger à l'aide d'un traitement de texte, une analyse de la situation de la page

##### Surveiller sa e-Reputation

- Comment surveiller sa e-Reputation
- Quels indicateurs factuels retenir pour surveiller sa e-Reputation

Exercice pratique : A partir d'exemples concrets, simuler quelle attitude à avoir pour endiguer les risques de bad-buzz.

##### Sponsoriser les messages

- Analyse des bonnes pratiques
- Déterminer efficacement un budget et une cible
- Suivre son budget

Exercice pratique : soit à l'aide de statistiques recueillies sur la page de l'entreprise, soit avec des cas fictifs, analyser la rentabilité d'un post sponsorisé.

##### Créer une campagne Facebook

- Intérêt et avantages des campagnes Facebook
- Les différents formats publicitaires
- Les différents modèles
- Déterminer efficacement un budget et une cible
- Suivre son budget

Exercice pratique : soit à l'aide de statistiques recueillies sur la page de l'entreprise, soit avec des cas fictifs, analyser la rentabilité d'une campagne