

Public concerné

Porteur de projet dans le domaine du bien-être

Thérapeute ou praticien bien-être en activité

Effectif

En petit groupe de 5 personnes maximum

Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

Modalités

Organisation en 3 séances de 4h réparties sur 3 jours
Formation via Zoom

Accessibilité

Personnes en situation de handicap, distanciel via Zoom

Durée

12 heures – 3 jours
Date sur demande

Délai d'accès

1 mois

Tarif

1 350 € TTC

Formatrice

Daphné Guedon

- Diplômée d'un Master Grande Ecole à Rouen Business School et d'un Master 2 en Stratégie Marketing à l'université Paris-Dauphine
- 8 ans d'expérience en Marketing & Communication

Objectifs pédagogiques

- Construire une stratégie de communication digitale adaptée
- Définir une ligne éditoriale et une charte graphique
- Comprendre et maîtriser les usages de chaque réseau social
- Développer les compétences digitales nécessaires à l'utilisation de LinkedIn, Instagram et Facebook

Programme

Module 1 : Construire sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux (4h)

- Comprendre le rôle de la communication sur les réseaux sociaux et du Marketing digital
 - Les nouveaux usages du digital
 - Panorama des médias sociaux : définition, usage, chiffres clés
- Identifier ses objectifs de communication
- Identifier les réseaux sociaux pertinents pour développer son activité

Module 2 : Construire son identité numérique (4h)

- Définir son identité visuelle et sa charte graphique (style, couleur, typographie, logo)
- Travailler plus efficacement sur les réseaux sociaux avec des outils de création
- Mise en pratique personnelle

Module 3 : Savoir utiliser les principaux médias sociaux : LinkedIn, Instagram et Facebook (4h)

- Débuter sur chacun de ces médias sociaux :
 - Présentation des outils et des fonctionnalités
 - Paramétrage des comptes, vocabulaire spécifique
- Animer ses réseaux sociaux :
 - Visuel, contenu, animation de son fil d'actualité
 - Intégration à des groupes de discussion
 - Analyse de ses statistiques
- Mettre en place des campagnes marketing :
 - Présentation de la régie publicitaire Facebook/ Instagram
 - Définition des critères de ciblage et des emplacements
 - Gestion du budget de ses campagnes

Moyens pédagogiques et d'organisation

- Alternance de cours et d'exercices mettant en application les acquis
- Mise en place d'évaluation et de corrections
- Supports pratiques mis à disposition

Moyens permettant de suivre l'exécution et d'en apprécier les résultats

- Évaluation de la satisfaction : envoi d'un lien google forms en fin de formation
- Évaluation des acquis : quiz sur l'acquisition des notions essentielles après chaque module
- Étude de cas comme évaluation finale portant sur votre projet