

Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Instagram pour votre organisation - De la stratégie à la pratique

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | INSTA-CREA | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Digital & Multimédia › Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média › Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Configurer un compte Instagram professionnel
- Publier des contenus originaux sur Instagram
- Définir une stratégie de marque sur Instagram
- Mesurer les résultats.

Niveau requis

Avoir une pratique courante de la navigation Web.

Public concerné

Community managers, social media managers, responsables et chargés de communication et/ou marketing.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction à Instagram

- Usages et tendances d'Instagram
- Principales notions
 - Portée
 - Engagement
 - Algorithme
- Connaître les principales fonctionnalités

Optimiser son profil

- Soigner l'identité visuelle
- Basculer son compte en version professionnel
- Définir les paramètres de confidentialité

Agréger une communauté

- Trouver de nouveaux abonnés
- Trouver des relais de notoriété
- Identifier les influenceurs
- Définir une stratégie
- Identifier des cibles
- Créer des personas

Publier sur Instagram

- Choix du visuel
- Retouche et cadrage photo : sélection d'outils
- Répondre à des besoins et à des attentes
- Publier des contenus engageant la discussion
- Produire des contenus valorisant pour l'entreprise
- Tour d'horizon des bonnes pratiques professionnelles
- Programmer une publication
- Définir une typologie de contenus et un calendrier de publication

Mesurer les résultats

- Principaux indicateurs de performance (KPI)
- Modèles de rapports d'activité Instagram

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)