



Les objectifs :

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Comprendre les enjeux d'Instagram quelle que soit son activité
- Définir sa stratégie de communication
- Mettre en place une communication efficace et développer sa visibilité
- Faire de la publicité ciblée

Public :

Responsables et chargés de marketing et communication, responsables RH ou relations clients, Community Managers et toute personne chargée de gérer un compte Instagram d'entreprise.

« Centre de formation accessible au public en situation de handicap »

Pré-requis :

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...

Lieu du stage :

Formation Plus Méditerranée

Délais d'accès :

Le délai d'accès à nos actions de formations intra-entreprises est généralement inférieur à 2 mois à compter de l'étude de votre projet.

Ce délai dépend également du délai de validation de l'action de formation par le demandeur et de l'organisme financeur



Délais de réponse :

48 heures

Contact : Caroline BAAS contact@formationplus.org



Tarif :

Tarif selon devis



Formateur :

Professionnel confirmé dans l'exercice de ses fonctions, compétences pédagogiques à mettre en œuvre les formations



Durée de la formation :

25heures



Méthodologie et moyens pédagogiques :

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges et retours d'expériences



Suivi et évaluation :

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises



Programme de la formation :

Comprendre les enjeux d'Instagram pour la communication professionnelle

- Découvrir le potentiel d'Instagram et les impacts pour sa communication
- Appréhender les applications professionnelles et les objectifs de cet outil
- Connaître les principales fonctionnalités, les codes et les usages d'Instagram
- Comprendre l'impact de l'algorithme sur la visibilité de ses posts

Définir sa stratégie de communication sur Instagram

- Préciser ses objectifs et ses cibles : branding, prospection, Marque Employeur, etc
- Définir une ligne éditoriale adaptée à sa cible
- Déterminer ses KPI (Key Performance Indicators)
- Mettre en œuvre sa stratégie de communication

Développer sa communauté et sa visibilité

- Créer un compte professionnel et personnaliser sa présentation
- Améliorer l'impact de ses publications
- Savoir faire un usage efficace des Stories
- Optimiser son organisation avec la programmation de ses publications
- Connaître les règles d'or et les bons usages d'Instagram

Aller plus loin dans son utilisation professionnelle d'Instagram

- Lancer un jeu ou un concours sur Instagram
- Travailler avec des influenceurs : risques et bonnes pratiques
- Vendre ses produits sur Instagram
- Faire de la publicité ciblée avec les posts et Stories sponsorisés