

PROGRAMME DE FORMATION

2022 – Animation des RS/ Booster sa visibilité sur les réseaux sociaux et social ads

Lieu de la formation : A distance

Durée : 2 jours

Nombre total d'heures de formation : 14

Date(s) : 10 et 11 mars

Tarif de la formation

400 € net de taxes.

Pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :

- N° de Déclaration d'Activité : 76340953834
- N° SIRET : 83203963000039

Salariés de droit privé des organismes institutionnels du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS ! Sans convention de formation à jour dans l'espace Afdas, le CRTL au moment de la facturation, se verra dans l'obligation de facturer directement la structure.

Finalité

Optimiser sa stratégie sur les RS et savoir mener une campagne de publicité sur les réseaux sociaux et l'ajuster

Objectifs opérationnels

- 1-Appliquer les nouveaux usages au cœur de sa stratégie de contenus sur les réseaux sociaux
- 2-Identifier et expérimenter des formats impactants
- 3-Développer une stratégie Social ads

Public cible

Community manager / Agent CDT Administrateur SITI/ Webmaster / CM/ chargés de promotion

Pré-requis

Actif sur les réseaux sociaux, disposant de plusieurs plates-formes (au minimum Facebook et Instagram)

Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 2 jours
 - **Nombre d'heures** : 14 heures
 - **Dates** : 10 et 11 mars 2022
 - **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 15
 - **Horaires** : 9h-12h30 / 14h00-17h30
 - **Lieu** : A distance
 - **Code action** : 26031
-
- **Accessibilité** : Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. En amont de la formation, nous définissons ensemble comment vous proposer le parcours le plus adapté.
 - **Modalités d'accès** : Inscription en ligne sur le site pro du CTRL Occitanie <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/programme-regional-de-formation-des-organismes-de-tourisme/>
 - **Délai d'accès** : Les formations du CTRL Occitanie sont accessibles de leur mise en ligne jusqu'à 15 jours avant la 1ère journée de formation (temps requis pour confirmation de la session et envoi des convocations). Passé ce délai, il est préférable de prendre contact avec le service formation pour s'enquérir des éventuelles places disponibles et des possibilités d'inscriptions en ligne. *Contacts : Sylvie Bonnefoy au 04 30 63 84 25 ou formation@crtoccitanie.fr*

Intervenants

Dominique DUFOUR, Comanaging

1. Occitanie (CRT) - 1 session de 2 jours "Animation des réseaux sociaux post-covid" - 1 session de 3 jours "Animation / Alimentation des RS (FB, snapchat...)/ Booster sa visibilité sur les réseaux sociaux "
2. Pays de la Loire (Agence Régionale) – 2021 - Animation de 3 sessions "Dynamiser ses communautés avec des contenus dynamiques" - 2020 – 2 Accompagnements numériques liés à la crise du COVID « 15 jours pour dynamiser ses réseaux sociaux » (70 prestataires concernés)
2. Pays de la Loire (Agence Régionale) - 2018 à 2020 – 1 session « Communiquer efficacement avec vos clients via les messageries (Facebook Messenger / WhatsApp) », 1 webinaire « Des contenus digitaux pour cartonner sur les réseaux sociaux », 1 session "Initiation à Instagram"

3. Bretagne (FROTSI) – 2019 – Animation d’1 session de 2 jours « Produisez des contenus digitaux adaptés et optimisés »
4. Centre Val de Loire (CRT) – 2018-2019 - Animation de 3 sessions « Perfectionnement Facebook"
Tourisme et Territoires - 2010 à 2018 Pyramyd, de 2010 à 2018
CFPJ, de 2012 à 2018

Moyens mis à disposition et méthodes pédagogiques

Matériel stagiaire :

Un ordinateur au calme avec navigateurs à jour, micro et webcam, et une bonne connexion ADSL / wifi pour les classes virtuelles

Moyens mis à disposition :

Nombreux ateliers pratiques. Plusieurs activités sont prévues.

Outils pédagogiques

Fiches de travail pour les exercices, support de formation

Travaux sur Drive

Supports pédagogiques

Supports de présentation .pptx / Trames et fiches de travail : tableau de bord de suivi, etc.

Méthodes pédagogiques : Formation participative très opérationnelle qui s’appuie sur un apport de savoir et de techniques de la part du formateur, par une pratique simple visant à optimiser sa stratégie éditoriale en y intégrant de nouveaux formats et en intégrant les social ads.

30% théorie / 70% pratique

Suivi et évaluation

- **Suivi :** Tableau de suivi des présence/capture écran, certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.
- **Suivi post formation :** Réponses aux mails des participants sur des questions en lien avec la formation pendant 3 mois suite à la formation

- **Evaluation :**

1. Evaluation amont : Questionnaire préalable portant sur connaissances et pratiques actuelles, formations déjà suivies, projets dans les 6 mois, objectifs de la formation, questions particulières
2. Evaluation des acquis des stagiaires par rapport aux objectifs (durant la formation ou fin de formation) :

1. Appliquer les nouveaux usages au cœur de sa stratégie de contenus sur les réseaux sociaux :

Identification de bonnes pratiques et analyse des statistiques

2. Identifier et expérimenter des formats impactants :

Réalisation d'une vidéo et préparation d'un Live

3. Développer une stratégie Social ads :

Créer et suivre une campagne publicitaire

3. Questionnaire en ligne individuel (écrit) est réalisé par le CRTL permettant de mesurer le taux de satisfaction

4. Evaluation à froid (CRTL) : Questionnaire écrit à 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle et de vérifier l'ancrage des connaissances (actions réalisées / réussites / difficultés rencontrées / acquisitions à renforcer / piste d'amélioration de la formation)

Programme

Jour 1 : 10 mars de 9h-12h30 - Classe virtuelle 1

- Auditer ses réseaux sociaux
- Analyser ses statistiques
- Les indicateurs de performances
- Le suivi qualitatif et quantitatif

Exercices : identifier le top 5 des meilleurs contenus et partage de bonnes pratiques

Jour 1 : 10 mars de 14h00-17h30 - Classe virtuelle 2

- Les nouvelles tendances sur les réseaux sociaux
- L'expérience et le storytelling au cœur de l'engagement (exemples et bonnes pratiques)
- Les formats originaux et enrichis
- La vidéo réinventée (Tiktok, Live,...)

Exercice : réalisation d'un Reel + préparation d'un Live

Jour 2 : 11 mars de 09h00-12h30 - Classe virtuelle 3

- La publicité sur les réseaux sociaux
- Les formats, impacts et coûts
- Cas pratique dans le tourisme
- Créer une campagne Social Ads

Exercice : créer une audience selon des personas et création d'une campagne

Jour 2 : 11 mars de 14h00-17h30 - Classe virtuelle 4

- Piloter et suivre une campagne
 - Identifier les indicateurs de suivi
- Exercice : création d'un tableau de bord de suivi*

Bilan - Tour de table & évaluation des acquis