

**Durée formation :**

2 jours (15h)
En présentiel

**Public visé :**

6 à 8 personnes
salariés de l'entreprise

► Agences de communication, entreprises souhaitant se développer grâce aux réseaux sociaux, nouvelle marque désirant se faire connaître ou personne individuelle voulant développer son personal branding

**Intervenant(e) :**

Nicolas Pellichero

**Coût de la formation :**

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.

**Supports :**

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser l'univers social media pour mieux l'appréhender, en comprenant ses codes, les opportunités et les risques présents sur l'intégralité des réseaux sociaux.
- Explorer l'environnement de chaque plateforme en identifiant les différences entre les algorithmes, la manière dont les audiences se comportent et les outils publicitaires mis à disposition par chacune d'entre elles.
- Concevoir des stratégies social media synonymes de ROI, en comprenant la méthode des tunnels de conversions d'audience.
- Identifier les KPI indispensables à connaître pour construire une analyse statistique d'une présence social media grâce à des reportings.

Objectifs pédagogiques

- 1 Découvrir les codes des réseaux sociaux et les évolutions de consommation de contenus chez les audiences de chaque plateforme.
- 2 Apprendre une méthode de production de contenus synonyme de rentabilité, en construisant des tunnels de conversions adaptés à ses audiences.
- 3 Évaluer les actions mises en œuvre en construisant des reporting statistiques.

Méthodes pédagogiques

La méthode pédagogique alterne des présentations théoriques, des études de cas et des exercices individualisés afin de maîtriser rapidement la production de contenus, les social ads...

Modalités d'évaluation

QCM à la fin de la formation + exercice pratique de création d'un tunnel de conversions détaillé.

Programme de la formation

- Jour 1 -

Introduction :

- Qu'est-ce que le social media ?

Comment créer un contenu qualitatif sur les réseaux sociaux :

- La notion d'algorithme
- Le taux d'engagement
- Les codes et usages de chaque réseau social
- **Études de cas** : Contenu et ciblage sur les réseaux sociaux
 - Nike et la campagne « Believe in something » : pourquoi cette campagne est-elle considérée à juste titre comme une masterclass à ce jour ?
 - Netflix sur Twitter : comment avoir une croissance en organique
 - Les produits laitiers : refaire vivre une marque disparue en changeant totalement son discours sur les réseaux sociaux

- Jour 2 -

- Rugbyrama : segmenter son contenu pour mieux engager et détrôner les leaders de son marché hyper concurrentiel
- Le personal branding : distinguer le vrai du faux

L'influence : un incontournable de la communication social media des marques

- Définition de l'influence
- Comment choisir son influenceur ?
- Les pièges à éviter

Les Social Ads

- Que peut-on faire avec les campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux ?
- Créer des tunnels de conversions

Analyse

- Définir ses KPIs en amont de toute stratégie social media
- Comment créer un reporting sur mesure en fonction de ses objectifs



Nicolas Pellichero

Nicolas exerce d'abord en tant que social media manager dans l'agence de communication Alouette à New York avant de rejoindre le Groupe La Dépêche du Midi en tant que social media manager et fait de Rugbyrama le média numéro 1 de l'actualité rugby en France sur les réseaux sociaux, devant le journal L'Equipe. Il rejoint l'agence Couleur Citron en 2018 pour prendre en charge le pôle social media. Il dirige désormais les 30 collaborateurs de l'agence Jaune, anciennement Couleur Citron, depuis le début de l'année 2021. Nicolas intervient également en tant que formateur dans de nombreuses écoles et entreprises.