



Utiliser Instagram pour son entreprise

Instagram est le réseau social qui monte, qui monte, qui monte...

Racheté par Facebook en 2011, Instagram est un réseau social très prisé des jeunes et moins jeunes : Un smartphone dans la poche, un clic, une photo au format « polaroid », des filtres, quelques hashtags... Une simplicité d'usage...

Mais Instagram propose également une régie publicitaire dense, permet d'entrer en contact avec des « influenceurs » et incite à une communication par l'image ! Découvrez les enjeux de cet outil pour votre entreprise

Durée

7 heures

Objectifs

- Connaître, maîtriser et utiliser le réseau social Instagram
- Savoir optimiser sa communication sur Instagram pour son entreprise
- Comprendre l'éco-système des influenceurs et initier ou pas un partenariat avec eux.

Programme de formation

Instagram : Fondamentaux et prise en main de l'interface

- Audience et usages professionnels d'Instagram
- Exemples d'utilisation d'Instagram par des entreprises

- Présentation des interfaces mobile et web / Leurs différences
- Différences entre comptes personnel et professionnel
- Les liens Instagram - Facebook

Votre compte Instagram

- Création de votre compte Instagram
- Optimiser son compte professionnel (photo de profil, biographie, contact, etc.)
- Les différents types de publications Instagram : photo, carrousel, vidéo, live, story
- Structurer votre ligne éditoriale : contenu, rythme de publication, etc.
- Faut-il augmenter ses abonnés ? et comment faire

Optimiser votre présence sur Instagram

- Astuces pour optimiser la prise de vue de vos photos
- Les textes / hashtags à choisir.
- Comprendre l'algorithme d'Instagram
- Les différentes façons de vendre sur Instagram
- Optimiser ses campagnes publicitaires sur Instagram
- Créer un jeu concours sur son compte Instagram
- Analyser les statistiques de son compte Instagram

Les influenceurs sur Instagram

- Faut-il travailler avec des influenceurs Instagram ?
- Identifier et sélectionner les influenceurs pertinents
- Savoir comment contacter les influenceurs et travailler avec eux.

Public visé

- Tout public
- Responsables de communication et de relations extérieures,
- Responsables et assistants marketing,
- Salariés du secteur du tourisme
- Commerciaux, gérants, commerçants, etc.

Prérequis

- Maîtriser la navigation sur Internet et sur smartphone
- Avoir déjà un smartphone et idéalement, un compte Instagram pour la formation.
- Avoir accès à sa messagerie pendant la formation (création de comptes, etc.)

Modalités de suivis

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

Moyens pédagogiques

Moyens pédagogiques-techniques et encadrement :

- Méthodes expositives, démonstratives et actives
- Mises en situation
- Regroupements en face à face pédagogique traditionnel (remédiations)
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires dès le début de la formation

Accessibilité

Alençon, Saint-Lô : Locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite

Caen - locaux partiellement accessibles aux personnes à mobilité réduite

Modalités d'évaluation

- Un quizz de connaissances est effectué durant la formation
- Une auto-évaluation est demandée à l'apprenant à la fin de la journée
- Le formateur valide ou non les acquis de l'apprenant.