



FORMATION EN PRESENTIEL ET/OU EN DISTANCIEL (SELON LE THEME)

INSTAGRAM POUR LES ENTREPRISES

Dernière mise à jour le 16/10/2024.

OBJECTIF

Comprendre l'enjeu de la communication sur ce réseau social

COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

- Définir une stratégie éditoriale adaptée à sa cible
- Connaître quelques outils simples d'utilisation pour créer, modifier, diffuser des images fixes
- Suivre ses performances grâce aux statistiques du réseau.
- Solliciter et animer sa communauté,

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant optimiser sa présence sur Instagram

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

Vous pouvez vous inscrire pour suivre une de nos formations jusqu'à la veille de la date de démarrage si la formation est financée directement par votre entreprise ET si le nombre maximum de participants n'est pas atteint. Si la formation est financée via un OPCO, vous devez au préalable avoir obtenu un accord de ce dernier.

MODALITÉS DE DÉROULEMENT DE L'ACTION DE FORMATION

Formation présentielle de préférence ou distancielle dispensée par un formateur expérimenté. La formation alterne des exposés théoriques, des démonstrations et la mise en pratique au travers d'exercices et de cas concrets.

Tarif

1390 € HT
par participant

Réf.

Insta

Contact

0465260114
contact@univlearn.fr
<https://univlearn.fr/>

PRÉ-REQUIS

- Aucun à part posséder un compte instagram

MÉTHODES ET MOYENS MOBILISÉS

Evaluation des acquis tout au long de la formation à travers des Tps, des Quizz ; Evaluation de satisfaction de fin de formation ; Attestation de fin de formation précisant les modules acquis et en cours d'acquisition ; Support de cours remis en fin de session.



Niveau

Autres formations
professionnelles continues



Modalité

Présentiel



Effectif par session

2 mini > 5 maxi



Durée

14 heures / 2 jour(s)



PROGRAMME

Module 1 : LES PRINCIPES D'INSTAGRAM, RÉSEAU SOCIAL DE L'IMAGE

Photos et filtres : comment ça fonctionne ?
Appréhender les options avancées et fonctions secondaires
Anatomie d'un bon post Instagram.

Module 2 : L'ENJEU DE L'IMAGE

La consommation de visuels par les internautes
Picture marketing : la stratégie de l'image
Qu'est-ce qu'une « bonne » photo ?

Module 3 : TECHNIQUES PHOTOGRAPHIQUES AVEC UN SMARTPHONE

Identifier son sujet
Sujet humain : attention aux droits à l'image
Composer sa photo
Équilibrer une photo avec la règle des tiers

Module 4 : DÉFINIR UNE LIGNE ÉDITORIALE

Exemples de cas pratiques.
Quel type de contenu ? Quel type de publication ? A quel rythme ?
Comment vendre avec Instagram ?

Module 5 : CRÉER SA COMMUNAUTÉ

Astuces et Techniques pour créer et faire grandir votre communauté.
Comment créer des publicités Instagram.
Comment organiser un jeu-concours.
Comment travailler avec des influenceurs.
Les outils indispensables à connaître.

Module 6 : UTILISER LE HASHTAG À BON ESCIENT

Définition et fonctionnement du hashtag sur Instagram
Le bon usage : quantité et qualité
Définir son/ses hashtag(s) de prédilection
Comment inciter sa communauté à les utiliser ?
Mettre en place une veille
Exemples de bonnes pratiques

Module 7 : LA VIDÉO, REINE DES MÉDIAS

État des lieux chiffrés
La vidéo courte : publication simple et story Instagram
La vidéo longue : comment fonctionne IGTV ?
L'instantané avec Instagram Direct
Exemples de bonnes pratiques

Module 8 : SUIVRE LA PERFORMANCE DE SES POSTS

Les statistiques du compte professionnel Instagram
Calculer le taux d'engagement
Tenir un tableau de bord efficace
MÉTHODES PÉDAGOGIQUE

30% de théorie et 70% de pratique

Chaque notion sera appliquée par les stagiaires, au sujet qui les concerne

Les exercices consisteront notamment à prendre des photos selon les critères Instagram, puis à les publier assorties d'un texte percutant.



Retrouvez tous les détails liés à cette certification à l'adresse suivante : <https://www.icdlfrance.org/marketing-numerique>

LES PLUS

Chaque notion sera appliquée par les stagiaires, au sujet qui les concerne. Les exercices consisteront notamment à prendre des photos selon les critères Instagram, puis à les publier assorties d'un texte percutant.

INTERVENANT(S)

Consultante formatrice spécialisée dans le conseil en relations publiques et communication

ÉVALUATION

Chaque module de cours est concrétisé par un TP afin de permettre l'acquisition d'un vrai savoir-faire sur tous les points abordés, Questions posées par le formateur tout au long de la formation à l'oral ou à travers un QCM

ATTRIBUTION FINALE

Attestation individuelle de formation