

PROGRAMME DE FORMATION

Utiliser Instagram comme un pro

Objectifs de la formation

- Définir une stratégie de contenu marketing pour Instagram
- Développer l'engagement de sa communauté et encourager la production de contenus
- Créer des publications optimisées (hashtags,...) et enrichies (stickers, vidéo,...) à un usage Instagram professionnel (stories, type de visuels...)
- Utiliser la publicité pour promouvoir ses publications et développer ses ventes

Programme

Avec 21 millions d'utilisateurs en France (plus d'un milliard dans le monde), Instagram est le 3e média social le plus utilisé derrière YouTube et Facebook. Plateforme incontournable dans le tourisme, ses atouts sont nombreux : des contenus visuels, portés par un usage sur mobile.

Comment définir sa stratégie Instagram ? Comment développer et engager sa communauté ? Quels sont les secrets d'une bonne publication ? Combien de hashtags doit-on utiliser ? Les stories ont-elles un réel impact ? Faut-il faire des Reels (vidéo de 30 secondes) ? Comment utiliser la publicité et développer ses ventes ?

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de créer une présence pertinente et une visibilité sur Instagram.

Module 1 : Instagram au service d'une entreprise

- Les spécificités d'Instagram
- Comment bâtir sa stratégie ?
- 10 bonnes pratiques pour une entreprise

Module 2 : Des contenus riches et multimédia

- Comment générer de l'engagement avec ses contenus ?
- Comprendre et utiliser les hashtags
- 50 idées de contenus performants
- Comment améliorer la qualité de ses photos ?
- Comprendre et bien utiliser les statistiques
- Exercice : Réalisation de stories / Vidéo / tutoriel

Module 3 : Sponsoring

- Comment lancer une campagne de publicité sur Instagram ?
- Comment valoriser et développer les ventes de ses offres ?
- Réalisation d'une campagne (objectifs, ROI, coût, contenus,...)

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Exercices pratiques, en solo ou en mini-groupe
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel. La formation est séquentiée en demi-journée

Public

Chargé.e de communication, webmaster, community manager

Prérequis

Pas de prérequis.

Matériel nécessaire

Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour les classes virtuelles. L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.

Disposer également d'un smartphone avec un compte Instagram.

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Dominique DUFOUR, ancien journaliste (radio, TV, magazine), est aujourd'hui consultant et formateur sur tout ce qui implique la création de contenus digitaux (réseaux sociaux, vidéo, podcast,...). Il travaille dans le secteur du tourisme depuis plus d'une dizaine d'années, à travers du conseil et des formations.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : études de cas
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Durée

3,00 jour(s)

7:00 heures