

● Nature de l'action

Action d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances.

● Personnel concerné

Tout public.

● Pré-requis

Etre familiarisé avec les nouveaux outils de communication (smartphones, tablettes....)

● Objectifs pédagogiques

Être capable de :

- bien commencer sur Instagram,
- mieux appréhender l'usage d'Instagram en entreprise,
- promouvoir sa marque sur Instagram correctement,
- savoir optimiser ses photos pour Instagram,
- définir une stratégie de contenu pour Instagram,
- savoir définir ses objectifs marketing sur Instagram,
- savoir bâtir sa communauté Instagram,
- opter pour les bonnes pratiques sur Instagram,
- utiliser les outils complémentaires,
- citer les règles de bon usage d'Instagram.

● Mode d'évaluation

Une évaluation qualitative de la formation est demandée aux stagiaires en fin de stage.

● Méthodes pédagogiques

- apports théoriques
- applications pratiques.

● Sanction de la formation

- Remise d'une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action.
- Cette formation ne fait pas l'objet d'une évaluation des acquis.

● Durée et rythme

7 heures, soit 1 journée.

PROGRAMME

- Tour d'horizon des bases d'Instagram : chiffres, historique, comment installer Instagram
- Cas d'écoles : comment il est utilisé par les professionnels
- Tour des interfaces mobile et web.
- Optimiser son profil Instagram : photo de profil, descriptif, stratégie
- Bonnes pratiques pour la prise de photos avec Instagram : utilisation des options de l'appli
- L'usage des vidéos avec Instagram
- Optimiser l'engagement avec Instagram
- Utilisation des hashtags : les outils complémentaires comme Ritetag
- Astuces pour augmenter ses abonnés
- Promouvoir son site e-commerce avec Instagram.