

Formation : Développer sa stratégie de communication sur Instagram

Cours pratique - 1j - 07h
Réf. GSC - Prix : 890 € H.T.

★★★★★ 5 / 5

Instagram fait partie des trois réseaux sociaux les plus utilisés. Au cours de cette formation vous découvrirez les spécificités de ce réseau social et vous en approfondirez les usages et les fonctionnalités pour atteindre vos objectifs de communication.



Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre les enjeux d'Instagram quelle que soit son activité
- ✓ Définir sa stratégie de communication
- ✓ Mettre en place une communication efficace et développer sa visibilité
- ✓ Faire de la publicité ciblée

Public concerné

Responsables et chargés de marketing et communication, responsables RH ou relations clients, Community Managers et toute personne chargée de gérer un compte Instagram d'entreprise.

Prérequis

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Apports théoriques, exercices pratiques, échanges et retours d'expériences.

PARTICIPANTS

Responsables et chargés de marketing et communication, responsables RH ou relations clients, Community Managers et toute personne chargée de gérer un compte Instagram d'entreprise.

PRÉREQUIS

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Comprendre les enjeux d'Instagram pour la communication professionnelle

- Découvrir le potentiel d'Instagram et les impacts pour sa communication.
- Appréhender les applications professionnelles et les objectifs de cet outil.
- Connaître les principales fonctionnalités, les codes et les usages d'Instagram.
- Comprendre l'impact de l'algorithme sur la visibilité de ses posts.

Echanges

Échanges collectifs et retours d'expériences sur l'utilisation existante ou potentielle d'Instagram pour son entreprise.

2 Définir sa stratégie de communication sur Instagram

- Préciser ses objectifs et ses cibles : branding, prospection, Marque Employeur, etc.
- Définir une ligne éditoriale adaptée à sa cible.
- Déterminer ses KPI (Key Performance Indicators).
- Mettre en œuvre sa stratégie de communication.

Travaux pratiques

Définition des étapes nécessaire d'une stratégie efficace (objectif, cible, ligne éditoriale...). Découverte et pratique d'outils de mesure des résultats et d'analyse d'un compte Instagram.

3 Développer sa communauté et sa visibilité

- Créer un compte professionnel et personnaliser sa présentation.
- Améliorer l'impact de ses publications.
- Savoir faire un usage efficace des Stories.
- Optimiser son organisation avec la programmation de ses publications.
- Connaître les règles d'or et les bons usages d'Instagram.

Travaux pratiques

Exercices d'optimisation de rédaction, découverte et/ou pratique d'outils pour identifier les hashtags utiles, améliorer ses photos, créer et optimiser et programmer ses publications.

4 Aller plus loin dans son utilisation professionnelle d'Instagram

- Lancer un jeu ou un concours sur Instagram.
- Travailler avec des influenceurs : risques et bonnes pratiques.
- Vendre ses produits sur Instagram.
- Faire de la publicité ciblée avec les posts et Stories sponsorisés.

Démonstration

Créer une campagne sponsorisée sur Instagram.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

Solutions de financement

Plusieurs solutions existent pour financer votre formation et dépendent de votre situation professionnelle.

Découvrez-les sur notre page [Comment financer sa formation](#) ou [contactez votre conseiller formation](#).

Horaires

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

Les participants sont accueillis à partir de 8h45. Les pauses et déjeuners sont offerts.

Pour les formations de 4 ou 5 jours, quelle que soit la modalité, les sessions se terminent à 16h le dernier jour.