

Instagram, stratégie digitale

Public concerné

Responsable communication, responsable marketing, webmasters, chefs d'entreprise, dirigeants, Indépendants, freelances, concepteurs-rédacteurs, journalistes

Prérequis

Aucun

Méthode pédagogique

La formation comprend une explication théorique, des illustrations, des cas pratiques et un debriefing

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement d'Instagram
- Créer et animer un compte Instagram professionnel
- Développer une communauté
- Définir une ligne éditoriale
- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Utiliser Instagram comme un outil de fidélisation et de développement commercial, entrepreneurs

Durée

35h

Prix

1500 €

Les plus

Formation adaptée aux besoins du stagiaire
Des exercices en lien avec les problématiques de l'entreprise
Un certificat de formation est délivré en fin de stage



Programme

1. Présentation d'Instagram

Prise en main d'Instagram
Création d'un compte Instagram et conversion en compte professionnel
Découverte de l'interface de l'application
Optimiser son compte (Photo de profil, biographie, information de contact,...)
TP : audit de la concurrence
TP : écrire une bio Instagram

3. Définir une ligne éditoriale

Type de contenu, type de publication, rythme de publication,...
Le ton utilisé, les hastags, les couleurs, les émojis, les contenus
TP : mise en place d'un calendrier de publications

4. Publier sur Instagram

Créer et publier des visuels pertinents
Soigner son feed
Utiliser les slides, les stories, les vidéos, les gifs
Programmer des publications

TP : création d'une publication
TP : création d'une story

5. Créer une communauté

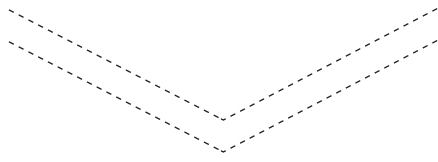
Mettre en place des jeux-concours
Interagir avec ses abonnés (commentaires, discussion privée)
Publier un contenu de qualité qui répond aux attentes des abonnés
Suivre des comptes liés son activité

6. Mettre en place des campagnes publicitaires

Les objectifs
Les critères de ciblage
Le budget
Produire des visuels attractifs
Analyser les performances de la campagne
TP : création d'une publicité

7. Travailler avec des influenceurs

Identifier et sélectionner des influenceurs en rapport avec votre activité



Instagram, stratégie digitale

Contacter les influenceurs et déterminer le moyen de paiement

Mesurer les performances de cette action

TP : identifier un influenceur, et le mode de collaboration

TP : Écrire un mail de demande de partenariat

8. Mesurer les performances

Présentation des statistiques Instagram

Mise en place des KPIs

Tirer les enseignements des données démographiques