

# Valoriser sa marque sur Instagram

## Présentation synthétique :

Cette formation permet de comprendre le fonctionnement d'Instagram et ses usages. Elle vous permet de disposer des clés pour animer son compte professionnel selon une identité propre à sa marque.

## Objectif pédagogique

### Objectif pédagogique global :

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de valoriser leur marque sur Instagram en fédérant une communauté autour du compte et en qualifiant les contenus pour augmenter leur visibilité.

### Objectifs pédagogiques partiels :

**Objectif pédagogique partiel 1** : le stagiaire sera capable de mieux connaître Instagram et l'intérêt pour sa marque, son entreprise, soi-même à s'y développer.

**Objectif pédagogique partiel 2** : le stagiaire sera en mesure de se créer une veille de comptes et de hashtags pertinents pour augmenter sa visibilité et également de suivre les statistiques et mesurer l'efficacité de ses actions.

**Objectif pédagogique partiel 3** : le stagiaire sera capable de définir sa propre ligne éditoriale et charte graphique et bénéficiera des bonnes pratiques pour proposer du contenu pertinent pour animer son compte.

## Public et pré-requis

Public : Toute personne amenée à utiliser Instagram dans un cadre professionnel.

Prérequis : Disposer d'un compte Instagram. Cette condition sera identifiée avant l'entrée en formation.

## Durée et horaires

Dates : à définir

Horaires : 9h30 à 12h30 puis 13h30 à 17h30

Durée totale : 1 jour soit 7H

Modalité de la formation : 100% présentiel

Adresse de la formation : dans les locaux de l'entreprise ou à l'adresse indiquée par le prestataire.

## Méthodes et moyens pédagogiques

Méthode affirmative : exposé théorique via présentation powerpoint

Méthode démonstrative : démonstration des bonnes pratiques par le formateur

Méthode active : cas pratiques et simulation par les stagiaires

Moyens techniques : ordinateur connecté à internet, vidéo-projecteur, smartphone

Ressources pédagogiques : programme de formation, support de cours, fiches synthétiques

Formateur : Claire DESTRUDEL, 38 ans dont 13 ans d'expérience dans le marketing et la communication et certifiée Social Media Manager (CFPJ).

## Dispositifs d'évaluation pendant la formation

Analyse critique lors des ateliers

2 exercices seront imposés : la création d'un modèle graphique et la création d'une publication respectant les bonnes pratiques identifiées en formation.

## Après la formation :

Discussion avec chaque stagiaire 3 semaines après la formation pour mesurer les résultats et donc le transfert de compétences.

## Sanction :

Attestation de suivi de formation remise au stagiaire

## Itinéraire pédagogique -

### Jour 1 - Matin de 9h30-12h30

#### Présentation d'Instagram

- Histoire, croissance et dernières statistiques.
- Les intérêts d'une marque / entreprise à être présente sur Instagram
- Maîtriser le fonctionnement global de l'outil (abonnement, hashtags, feed...)
- Se constituer une veille
- Appréhender les dernières tendances
- Validation des acquis : Questionnaire

### Jour 1 - Après-midi de 13h30 à 17h30

#### Mettre en place une stratégie de contenus efficace

- Qu'est-ce qui fait la réussite d'une stratégie de contenus sur Instagram ?
- Quels formats privilégier ? Photos, vidéos, concours...
- Création d'une charte propre à la marque
- Informations sur le storytelling et du personal branding
- Validation des acquis : Cas pratique : réaliser un modèle graphique percutent

Pratique : création de visuels de couverture pour la page professionnelle sous Canva sous la supervision du formateur.

## Suivi et évaluation

**Pendant la formation** : analyse critique lors des ateliers

**A la fin de la formation** : enquête de satisfaction à chaud pour chaque stagiaire

**Après la formation** : discussion avec chaque stagiaire 2 semaines après la formation pour mesurer les résultats et donc le transfert de compétences.

Accessibilité aux personnes handicapées : nous contacter