

Nom de la formation	Utiliser Instagram comme un pro
Public concerné	Professionnels du tourisme
Pré-requis	Posséder un compte Instagram : avoir la volonté d'animer et développer ses communautés et de travailler de nouveaux formats et contenus
Modalité	Présentiel
Durée et format	14 heures (2 jours)
Nom du ou des intervenant(s)	Dominique Dufour
Effectif	7 minimum, 12 maximum
Objectifs pédagogiques	<p>A l'issue de la formation, le participant sera capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Optimiser une stratégie de contenu marketing pour Instagram 2. Développer l'engagement de sa communauté et encourager la production de contenus 3. Créer des publications optimisées et enrichies 4. Utiliser la publicité pour promouvoir ses publications et développer son activité
Programme détaillé par ½ journée	<p>Jour 1 Matin Partie 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auditer et optimiser sa stratégie sur Instagram • Les nouveautés d'Instagram • 10 bonnes pratiques pour développer la visibilité de votre activité <p><i>Exercice : Analyse de ses statistiques et identification des contenus forts et faibles</i></p> <p>Partie 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Story, Reel, Direct, photo : Quel format pour quel objectif ? • Comment augmenter son engagement grâce au storytelling ? <p><i>Exercice : Réalisation d'une série de stories</i></p> <p>APRES-MIDI Partie 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment introduire la vidéo dans votre stratégie de contenus ? • La vidéo, du Reel au Direct • Les bases de la vidéo avec un smartphone • 7 conseils pour raconter une histoire en vidéo • Du tournage au montage, pas à pas <p><i>Atelier : Création de 2 vidéos</i></p>

Comanaging - 85 boulevard Pasteur - 75015 PARIS

Tel +33 (0)1 56 03 97 97 et +33 (0)6 80 18 93 93 – Fax +33 (0)1 56 03 97 98 – Email : jmd@comanaging.net

SARL au capital de 5000€ - Siret : 48909110800048 - APE : 7022 Z -

Banque Crédit Mutuel- Code banque : 10278 - Agence : 36800- N° de compte : 00012108103 - Clé RIB :52

IBAN : FR76 1027 8368 0000 0121 0810 352 – BIC : CMCIFR2A - N°TVA intracommunautaire FR23489091108

Prestataire de formation : déclaration d'activités enregistrée sous le n° 11 75 41181 75 auprès du préfet de région d'Île de France

	<p>Jour 2 Matin Partie 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que faire avant de lancer une campagne de publicité sur Instagram ? • Le lancement et le pilotage d'une campagne publicitaire sur Instagram • Analyser les résultats et optimiser sa campagne <p><i>Exercice : Réalisation d'une campagne, de A à Z</i></p> <p>Partie 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Travailler avec des influenceurs : pourquoi, avec qui, comment et combien ? • Les bonnes pratiques pour réussir votre événement • Analyser les retombées <p><i>Exercice : Identification de micro-influenceurs, rédaction de messages de prises de contact et création d'un événement</i></p> <p><i>BILAN DE LA FORMATION & évaluation des acquis :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Jeu de questions/réponses ○ Les points clés à retenir ○ Tour de table à chaud
<p>Méthodes, moyens et outils pédagogiques mobilisés</p>	<p>La démarche pédagogique pendant la formation prend en compte les points suivants</p> <p>1 – Connaissance : apport de concepts, méthodes et outils, et de bonnes pratiques illustrées par des exemples issus de l'expérience du formateur</p> <p>2 – Compréhension : 1^{er} niveau d'appropriation via des partages d'expériences, des ateliers collectifs et individuels (quiz sur les statistiques, etc.)</p> <p>3 – Application : appropriation par les participants aux travers des ateliers individuels (produire des contenus en vidéos, réalisation d'une story, d'une campagne de publicité, etc.)</p> <p>4 – Analyse : mise en commun des travaux réalisés en phase d'application = analyse collective, impact sur ses actions</p> <p>5 – Synthèse : identifier des idées forces issues de la formation, identifier les tâches les plus urgentes à mettre en oeuvre</p> <p>La répartition s'établit à 30% de théorie et 70% de pratique</p> <p>Moyens pédagogiques</p> <p>Avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaire préalable de positionnement : évaluer les connaissances et les pratiques actuelles, les objectifs et attentes par rapport à la formation <p>Pendant :</p>

	<p>- Plusieurs activités sont prévues : analyses et feedbacks, création de contenus. Ces activités permettent aux stagiaires de reprendre les rênes de leur compte Instagram de diversifier les contenus à valeur ajoutée, mieux pensés et définis à l'aide d'objectifs clairs et mesurables.</p> <p>Outils pédagogiques Instagram et quelques applications mobiles, notamment pour la création de vidéo sur smartphone Google Drive pour déposer les travaux.</p>
Mise à disposition de supports pédagogiques	<p>- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance - Support de cours au format PDF envoyé après la formation</p>
Questionnaire de positionnement pre-formation	<p>- Exemples de questions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avez-vous un compte Instagram ? Si oui, depuis combien de temps ? • Est-ce vous qui vous en occupez ? • Analysez-vous vos statistiques ? • Quels sont les formats que vous y publiez : uniquement des photos ? Des stories ? Des vidéos ? • Quel est votre objectif pour cette formation ? • Avez-vous des questions particulières auxquelles vous souhaiteriez avoir des réponses ?
Matériel spécifique à prévoir par les stagiaires	<p>Pour présentiel :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avoir un smartphone et son chargeur - Un ordinateur portable et son chargeur
Evaluation des acquis	<p>Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Optimiser une stratégie de contenu marketing pour Instagram Analyse des statistiques et identification des contenus forts et des pistes d'amélioration 2 Développer l'engagement de sa communauté et encourager la production de contenus A partir de bonnes pratiques identifiées, les appliquer dans sa stratégie de contenus 3 Créer des publications optimisées et enrichies Réalisation de stories et de vidéos 4 Utiliser la publicité pour promouvoir ses publications et développer son activité Réalisation d'une campagne publicitaire <p>Complété par une auto-évaluation du stagiaire (avec une dizaine de critères remplis avec comparaison avant – après) Les exercices pratiques seront déposés sur un Drive</p>
Evaluation de la satisfaction	<p>Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant à la fin de la session (questionnaire obligatoire)</p>
Proposition de suivi à 6 mois	<p>Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.</p>
Lieu	<p>- Paris</p>

Proposition de dates avec horaires	31 mars et 1 ^{er} avril 2022 9h-12h30/ 14h-17h30 (à voir avec vous)
Besoins spécifiques concernant la salle de formation si présentiel ou mixte (<i>configuration, luminosité, plusieurs espaces,...</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - 1 vidéoprojecteur + Paper board pour le formateur (ordinateur fourni par le formateur) - 1 connexion wifi de qualité permet à chaque participant de se connecter - Une salle de réunion suffisamment grande pour contenir 12 personnes et pour permettre une répartition en sous-groupes de travail. Les tables doivent pouvoir être bougée de place.
Devis	<ul style="list-style-type: none"> - 360 €HT/participant pour la session de 2 jours (432 € TTC – TVA à 20%) - Hors salle de formation <p>Règlement sur facture à l'issue de la formation</p>