

- * Mise en application de chaque apport théorique tout au long de la formation, les stagiaires doivent donc être en possession du matériel requis.

Faire des vidéos avec son smartphone pour améliorer la visibilité sur ses réseaux sociaux

- Permettre aux entreprises de développer leur notoriété sur les réseaux sociaux grâce à la vidéo.
- Apporter les bases de la vidéo pour les réseaux sociaux
- Montrer aux entrepreneurs l'intérêt d'utiliser les réseaux sociaux comme outil de communication et de vente.
- Comprendre et mettre en place des stratégies pour développer et renforcer son image de marque, grâce aux vidéos

Laura Soulages

Confirmée et expérimentée dans la photographie et la vidéo, Laura intervient auprès des professionnels, leur suggérant des stratégies de communication efficaces par l'image et une bonne gestion de leurs réseaux sociaux.

L'utilisation d'un matériel adapté à la vidéo : un rendu professionnel et optimal

- Votre smartphone
- Le stabilisateur externe
- Les éclairages
- Le son, l'utilisation d'un micro externe

Des règles de cadrage et de composition spécifique : outils au service d'une communication claire et précise

- Règles de cadrage dédiées aux métiers de l'image
 - La règle du tiers, pierre angulaire des métiers de l'image
 - L'angle de prise de vue au service du message véhiculé :
 - Règles générales
 - Règles spécifiques aux réseaux sociaux
 - Les différents formats d'images
- Des règles de composition essentielles à prendre en considération
 - La lecture de l'image en occident
 - Les règles liées à la colorimétrie

Programme détaillé de formation

1 journée 9 h à 18h – 8h

- * Présentation des stagiaires, du programme, de l'intérêt de la formation.
- * Etat des lieux des connaissances des stagiaires.
- * Analyse des vidéos postées sur Instagram/FB et LinkedIn, dans les domaines de la vente de produits ou services... afin de déterminer les éléments indispensables à travailler.

L'élaboration d'un contenu scripté, dédié à un message spécifique

- La réflexion autour d'un message pertinent
- La nécessité d'une vidéo scriptée mettant en exergue le message
 - La naissance du storytelling
 - La veille concurrentielle
 - Découvrir les vidéos tendances dans votre secteur d'activité
 - Analyser ses points forts et ses axes d'amélioration, ainsi que ceux des concurrents
 - L'utilisation des templates
 - La conception du script et du storyboard
- D'un filmage efficient à une phase de post production
 - Un filmage efficient
 - Une phase de post production
 - L'interface d'instagram

Prérequis/Matériel

- * Avoir une bonne maîtrise de la compréhension écrite et orale de la langue française.
- * Aucun niveau d'étude requis.
- * Avoir son téléphone portable avec une possibilité de filmer.
- * Avoir un ordinateur portable et une connexion internet.
- * Avoir ses comptes Instagram – Facebook et LinkedIn ouverts (avec ou sans posts)

Moyens pédagogiques, ressources

Une ingénierie de l'apprentissage et une pédagogie active qui utilisent quatre modes d'apprentissage qui sont le transmissif, le behavioriste, le constructivisme et le socio constructivisme avec une pédagogie inversée.

Analyse d'autres comptes, construction avec les stagiaires des éléments à mettre en place sur les réseaux sociaux, mise en pratique de la théorie apportée.

Faire un état des lieux des connaissances du stagiaire et le compléter au fil de la formation avec pour objectif de créer des liens avec les différents objectifs de la formation.

Atelier de questions/réponses entre les stagiaires et le formateur.

Mise en pratique des outils proposés.

Utilisation d'une pédagogie interactive, le stagiaire construit ses réseaux sociaux tout au long des journées de formation.

Objectifs du programme

- * Permettre aux entreprises de développer leur notoriété sur les réseaux sociaux grâce à la vidéo.
- * Apporter les bases de la vidéo pour les réseaux sociaux
- * Montrer aux entrepreneurs l'intérêt d'utiliser les réseaux sociaux comme outil de communication et de vente.
- * Comprendre et mettre en place des stratégies pour développer et renforcer son image de marque, grâce aux vidéos

Modalités pédagogiques

La formation est réalisée en Présentiel, sur Saint Jean de Védas, ou en extérieur, selon les besoins des formés.

Cible

Créateurs d'entreprise et chefs d'entreprises de TPE souhaitant gérer eux-mêmes leur présence sur les réseaux sociaux et promouvoir leurs activités.

Community manager ou futurs community manager.

Contact

Eve MORY – Spécialiste Social Selling/Réseaux sociaux
06.85.60.93.85