


**Domaine :** Information et communication - **Thématique(s) :** Digital  
STAGES COURTS

## INSTAGRAM : STRATÉGIE ET PRATIQUE

 **Dates :** Voir le calendrier

 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

€ **Tarif :** 700 €

**Modalité :** Distanciel Présentiel

### OBJECTIFS

- Découvrir l'environnement et les nouveautés d'Instagram.
- Savoir créer et valoriser une présence sur Instagram.
- Savoir réaliser un plan de communication sur Instagram.
- Savoir programmer une campagne de publicité sur Instagram.

**Session 1** DU 28/06/2021 AU 28/06/2021

### CONTACT

 evelyne.durel@sorbonne-  
universite.fr

### PUBLIC

- Chargés et responsables de communication qui souhaitent avoir une maîtrise opérationnelle d'Instagram.

### PRÉ-REQUIS

- Avoir un compte personnel sur Instagram.
- Venir avec un PC portable et un smartphone.

### PROGRAMME

#### Comprendre l'environnement d'Instagram

- Découvrir Instagram pour une entreprise
- Positionner Instagram : intérêt versus autres médias sociaux, chiffres clés
- Quels objectifs pour les entreprises ? Communication corporate, marque employeur, business,...
- Atelier pratique : découvrir les fonctionnalités principales et les nouveautés d'Instagram

#### Créer et valoriser un compte Entreprise

- Ouvrir et personnaliser son compte
- Créer sa bio et choisir sa photo de profil
- Comment publier sur Instagram : texte, image, vidéo...
- Créer des stories performantes
- Atelier pratique : personnaliser son compte et publier

#### Développer votre audience sur Instagram

- Gagner plus d'abonnés par publication
- Comprendre les outils statistiques d'Instagram
- Atelier pratique : analyse des statistiques

#### Publier et animer son compte

- Comment les entreprises utilisent les Stories Instagram Highlights
- Organiser des jeux concours
- Collaborer avec des influenceurs
- Exploiter IGTV
- Synergies avec l'e-commerce
- Atelier pratique : créer un jeu concours avec un influenceur

#### **Le plan de communication sur Instagram**

- Définir ses objectifs et les indicateurs de performance
- Définir sa cible
- Définir la ligne éditorial
- Définir le plan éditorial
- Définir les types de contenus
- Atelier pratique : créer un plan éditorial

#### **Exploiter les leviers publicitaires d'Instagram**

- Définir ses objectifs de campagne \_Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à Instagram
- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI
- Atelier pratique : programmer une publicité

### **MÉTHODES**

- Apports méthodologiques.
- Illustration par des exemples de marque.
- Démonstration de l'environnement et des fonctionnalités d'Instagram.

### **CALENDRIER**

**Durée de la formation :**

**Rythme :** 1 jour

**SESSION 1**

du 28/06/2021  
au 28/06/2021

du 02/12/2021  
au 02/12/2021