

FORMATION À LA COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX EN RESTAURATION

PUBLIC Chefs d'entreprise, salariés, créateurs d'entreprise

PRÉ-REQUIS Maîtrise de l'outil informatique, connexion internet, ordinateur portable obligatoire, smartphone obligatoire + tablette (ne se substitue pas à l'ordinateur ni au smartphone)

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Comprendre en quoi le digital impacte son métier de restaurateur et son secteur d'activité au quotidien, créer, développer et partager des contenus numériques, appliquer les techniques du marketing sur les supports numériques pour toucher des prospects et clients, maîtriser différents outils numériques, développer son activité grâce aux réseaux sociaux

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation

- Comprendre l'écosystème digital
- Introduction aux réseaux sociaux
- Découverte du potentiel de Facebook dans la restauration
- Comment créer une page professionnelle adaptée à son établissement
- Comment paramétrer et optimiser une page
- Savoir automatiser Messenger
- Comprendre et déjouer l'algorithme de Facebook
- Réaliser des contenus numériques
- Intégrer des contenus numériques
- Comment faire des publications adaptés à son activité de restaurateur
- Choisir les différents formats de contenus et leurs spécificités et les adapter en fonction des supports
- Les idées de publications à fort potentiel
- Quelles sont les bonnes pratiques digitales pour son établissement
- Respecter les règles d'usage des contenus comprenant les obligations légales et la propriété intellectuelle
- Gérer les nouvelles attentes des clients liées aux nouveaux usages dans le numérique
- Comment développer sa page en sélectionnant les bons groupes
- Maîtriser la réputation de son établissement en ligne
- Comment utiliser les Facebook ADs, (publicité Facebook)
- Découverte du potentiel d'Instagram pour les entreprises
- Maîtriser le jargon technique d'Instagram
- Comment créer un profil professionnel adapté à son activité
- Comment optimiser un profil professionnel pour convertir les prospects en clients
- Fabriquer un feed (page du profil) attirant et qui génère des abonnés
- Comprendre et déjouer l'algorithme d'Instagram
- Quelles sont les bonnes pratiques à tenir sur Instagram
- Comment gagner des followers qualifiés
- Collaborer avec les personnes occupant les nouveaux métiers du numérique (influenceurs...)
- Trouver les bons Hashtags et mettre en place une stratégie de développement
- Gagner du temps en utilisant la planification
- Maîtriser les Stories et les Réels
- Comprendre et utiliser les statistiques pour améliorer sa communication en continu
- Découverte du potentiel de Tik Tok pour son restaurant
- Initiations aux bases de Tik Tok
- Comment créer un profil professionnel adapté à son secteur d'activité
- Comment optimiser un profil professionnel pour convertir les prospects en clients
- Comprendre et déjouer l'algorithme de Tik Tok
- Identifier le matériel nécessaire
- Comment faire une bonne vidéo
- Les idées de Tik Tok à fort potentiel
- Quelles sont les bonnes pratiques de Tik Tok
- Maîtriser la création de Tik Tok de débutant à expert
- Atelier : diverses mises en situations
- Savoir réunir les éléments pour percer sur Tik Tok
- Utiliser la planification de Tik Tok
- Introduction aux outils digitaux
- Définir l'expérience client et comprendre son implication dans le monde numérique
- Utiliser des outils dédiés à la production et à la diffusion de contenus
- Maîtriser les montages photos
- Maîtriser les solutions vidéo
- Provoquer la conversion client
- Maîtriser divers outils digitaux
- Utiliser l'e-mail, les réseaux sociaux, les relations de presse digitales et les influenceurs comme levier marketing
- Maîtriser le persona pour savoir à qui s'adresser
- Gagner du temps grâce au calendrier éditorial
- Utiliser les bons outils et automatiser sa communication
- Mise en situation et création de calendrier éditorial
- Appliquer les différentes techniques du webmarketing

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur