

ÉLABORER UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE SMO ET ANALYSER SA RÉUSSITE

MARKETING DIGITAL - WEB



3 jours / 21 h

Tarif inter : **900 €** Net de Taxe

Code : **WEB-004**

Tarif intra : nous contacter

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les enjeux d'une utilisation des médias sociaux
- Identifier et comprendre les spécificités des réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram et Youtube.
- Maîtriser les techniques de social marketing : stratégie d'écoute, recrutement, engagement, identifier les influenceurs, animer les communautés.
- Être en mesure de développer, gérer, programmer et analyser une campagne de social marketing

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Quizz en début et en fin de formation.
- Alternance de théorie, de démonstration et de mise en pratique lors des exercices d'application.
- Possibilité pour les stagiaires de venir avec leurs propres thématiques d'entreprises pour les cas pratiques.

PUBLIC CONCERNÉ

- Demandeurs d'emploi
- Salariés
- Responsables de projet, chargés de communication ou marketing...

MOYENS TECHNIQUES ET SUIVI

- Ordinateur PC ou Mac
- Connexion internet

PRÉ-REQUIS

- Utilisation régulière des réseaux sociaux à titre personnel
- L'utilisation d'une page professionnelle Facebook est recommandée

PROFIL DU FORMATEUR

Responsable de stratégie digitale en agence depuis plus de 10 ans.

PROGRAMME

Objectifs de la formation

Introduction sur les réseaux sociaux

- Enjeux
- Tendances
- Définitions

Implémenter sa stratégie sur les réseaux sociaux

- Rappel stratégique
- Définir une ligne éditoriale
- Créer un planning de publications
- Décliner son identité visuelle

Facebook

- Histoire
- Enjeux
- Différences entre profil et page
- Les outils de publication
- Engager et recruter
- Les statistiques
- Booster une publication

Les spécificités des autres réseaux sociaux populaires

- Instagram
- LinkedIn
- Pinterest
- Twitter
- Youtube
- Google My Business