

ÉLABORER UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE SMO ET ANALYSER SA RÉUSSITE

3 jours / 21h

Tarif en groupe : 900€ Net de taxe/pers.

Nous contacter pour une session personnalisée

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.

PRÉ-REQUIS

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

MOYENS TECHNIQUES ET SUIVI

- Ordinateur PC ou Mac
- Connexion internet

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.

PROFIL DU FORMATEUR

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

PUBLIC CONCERNÉ

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

ÉVALUATION

- Attestation d'acquis
- Certification ICDL/PCIE

PROGRAMME

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