

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

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Quiz 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.

MOYENS TECHNIQUES ET SUIVI

- Ordinateur PC ou Mac
- Connexion internet

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'aquis
- 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