

FORMATION COMPRENDRE LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX ET LEURS CIBLES

Que vous ayez un site internet ou non, votre présence sur un réseau social doit être travaillée et réfléchi afin d'en exploiter tout son potentiel. Une utilisation professionnelle de Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, YouTube ou encore Instagram, est un levier d'acquisition clientèle incontournable pour le web tout en permettant de travailler son e-réputation. Ces nouveaux outils sont devenus incontournables dans une stratégie web. Quelque soit la taille de la structure qui souhaitent utiliser les réseaux sociaux, il existe des méthodologies pour organiser sa présence et gagner en efficacité au quotidien.

OBJECTIFS

- Identifier les principes et concepts indispensables à une bonne stratégie social média.
- Définir une stratégie sur les différents médias sociaux.
- Optimiser et maîtriser sa présence sur les réseaux sociaux.
- Connaître les bonnes pratiques de chaque réseau social.
- Définir les moyens humains et techniques à mettre en œuvre pour la stratégie social media.
- Créer son planning de publications pour les réseaux sociaux.

PROGRAMME JOUR 1

Introduction

- Qu'est-ce que le Web2.0 ?
- Etat des lieux des réseaux sociaux en France et dans le monde
- Les grands principes des réseaux sociaux
- Panorama des réseaux sociaux selon leur typologie
- Identification des bénéfices et des risques

Stratégie des média sociaux

- Définir ses objectifs
- Choisir sa cible
- Choisir son ou ses réseaux
- Quelles ressources allouer pour quelles tâches ?
- Mise en place de sa ligne éditoriale
- Choisir son type de contenu
- Préparer son planning
- Exemple concret de stratégie

Introduction au Community management

- Animer son audience : tactique d'animation
- Définition de l'e-réputation
- Préparer ses réponses en amont
- Bien rédiger sur les réseaux
- L'importance du visuel

Introduction à la stratégie influenceur

- Qu'est-ce qu'un influenceur ?
- Comment choisir ses influenceurs ?
- Comment gérer la relation avec eux ?
- Optimiser et suivre ses retombées

INFORMATIONS PRATIQUES

Nombre d'heures de formation

- 14 heures

Type de Formation

- Présentielle

Public

- Gérant d'entreprise
- Responsable communication
- Chargé(e) de communication
- Responsable marketing
- Chargé(e) de marketing
- Freelance

Pré-requis

- Avoir un projet web et une connaissance sommaire des principes marketing d'internet et des notions sur les réseaux sociaux.

MÉTHODES DE VALIDATION

- Evaluation à chaud et à froid des acquis.
- Attestation de présence.

FORMATION COMPRENDRE LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX ET LEURS CIBLES

PROGRAMME JOUR 2

Facebook

- Audience : Qui est présent sur ce réseau ?
- Fonctionnement de son algorithme
- Bonnes pratiques : publications et réponses
- Focus statistiques : comprendre les terminologies.
- Introduction à Facebook ads

Instagram

- Le marketing de l'image
- L'audience d'Instagram
- Optimiser ses profils Instagram
- Les bonnes pratiques de publication
- Les petits outils pratiques de travail de l'image

LinkedIn

- Son audience, son principe
- Le marketing de contenu : un avantage sur linkedIn
- La gestion d'une communauté de professionnels
- Choisir sa stratégie
- Focus sur le personal branding

Twitter

- Audience : Qui est présent sur ce réseau ?
- Comment fonctionne Twitter ? Pour quelles utilisations ?
- Bien comprendre le lexique autour de ce réseau
- Bonnes pratiques : Maîtrise des hashtags, de la vidéo, des lives
- Introduction à la publicité sur Twitter

Pinterest

- Comment fonctionne Pinterest ?
- Qui utilise ce réseau ?
- Que publier ? Comment le faire ressortir ?

Snapchat

- Quelle audience pour quelle pratique ?
- Comprendre les enjeux d'une présence sur snapchat
- Les bonnes pratiques vidéo et photo

YouTube

- Que produire sur YouTube pour quelles cibles ?
- Bien optimiser ses vidéos et son compte
- Focus publicité sur YouTube
- Les statistiques d'un compte YouTube : que regarder et comment l'interpréter ?

QUI SONT NOS FORMATEURS ?

Nos formateurs sont des experts en marketing digital spécialisés dans la stratégie des réseaux sociaux. Ils exercent leur activité auprès d'un large panel de clients et d'activités lors offrant une vision globale des possibilités de chaque support.

QUEL EST L'INTÉRÊT DE SE FORMER AUX RÉSEAUX SOCIAUX ?

Les réseaux sociaux font maintenant partie des leviers webmarketing incontournables utilisés par la plupart des entreprises. Il devient alors important de les comprendre et de savoir les utiliser correctement pour développer son business.

C'est aussi l'occasion de mieux appréhender le potentiel d'une stratégie sociale media que peut mettre en place une entreprise. Identifier sa cible et savoir comment la toucher efficacement est un atout de taille pour accroître le développement de son entreprise ainsi que sa visibilité.