

Social Média

Construire une stratégie digitale

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE POUR TRAVAILLER SON IMAGE SUR LES PLATEFORMES MÉDIAS SOCIAUX



SUITE PROGRAMME

Développer une communauté influente

- > Qu'est-ce qu'une communauté ?
- > Comment créer et développer une communauté social média ?
- > Entrer en contact avec des bloggeurs/influenceurs
- > Etablir un plan d'action

ROI et analyse de la performance de la stratégie Social Media

- > Piloter la performance de sa stratégie au quotidien : quels KPIs ?
- > Analyser les données fournies par les plateformes social média
- > Utiliser les données de Google Analytics pour enrichir les données

PROGRAMME

Comprendre les nouveaux usages sur le digital et les médias sociaux

- > Comprendre les différents usages des médias sociaux
- > Point sur l'évolution des différents réseaux sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube...

Panorama des réseaux sociaux : chiffres, fonctionnalités & cas d'utilisation par les marques

- > Pour chaque réseau social : quels leviers d'action, avantages, inconvénients et contraintes à s'y investir ?
- > Quel réseau social pour quelle cible ?

Déployer une stratégie Social Media : plannings éditoriaux & outils

- > Évaluer la réputation digitale de l'entreprise sur son marché
- > Etablir un plan de communication Social media : quels objectifs ?
- > Actionner les bons leviers
- > Etablir la ligne éditoriale
- > Établir un planning éditoriale
- > Budgétiser ses actions

Identifier les opportunités publicitaires

- > Business models des réseaux et médias sociaux
- > Quels objectifs pour les Social Ads ?
- > Faut-il investir dans le social Ads ? Et pourquoi ?
- > Tour d'horizon des solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat

Déployer d'autres outils des média sociaux

- > Le blog pour développer sa réputation digitale : quel outil ? quelle fréquence ? Avantages et inconvénients
- > La newsletter pour informer sa communauté : quel outil ? quelle fréquence ? Avantages et inconvénients
- > Evaluer les actions de ces outils

INFORMATIONS

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux du numérique et maîtriser les nouveaux usages associés
- Savoir élaborer une stratégie digitale sur les réseaux sociaux
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication
- Acquérir les leviers pour réussir : publicités, blogs et emailing
- Comprendre les enjeux d'une communauté autour de sa marque

PUBLIC

cette formation s'adresse Entrepreneurs, Responsable/chargé de communication, Responsable digital, Community Manager, Digital Planner

LIEUX

Lille ou Paris. En classe virtuelle ou en e-learning

PÉDAGOGIE

les participants travaillent sur leurs outils au cours d'un atelier interactif et repartent avec des conseils et des idées. Au cours de la formation, des cas pratiques sont étudiées.

PRÉREQUIS

- A voir un ou des comptes sur un ou des réseau(x) social(aux) au moins (Facebook, Twitter, LinkedIn...)
- Savoir utiliser un ordinateur

TARIFS

-sur devis

DUREE

- 14 heures en présentiel et classe à distance