

INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX A SA STRATÉGIE MARKETING

Les réseaux sociaux sur Internet ont connu une croissance exponentielle ces dernières années et ils sont devenus incontournables pour les marques leur permettant de réinventer le lien avec le consommateur.

Cependant, avoir une communauté importante ne permet pas à elle seule d'augmenter la notoriété de l'entreprise, vendre des produits et obtenir des nouveaux clients.

Il faut mettre en place une véritable stratégie et déterminer les réseaux sociaux à investir en fonction de votre audience et des caractéristiques des plateformes, fixer des objectifs, savoir les mesurer et établir un véritable plan d'actions.

Objectifs

- Connaître et comprendre les principaux réseaux sociaux
- Sélectionner les réseaux sociaux les mieux adaptés à son entreprise et ses objectifs
- Créer et animer sa communauté sur les réseaux sociaux
- Mesurer les performances de ses publications sur les réseaux sociaux
- Mettre en œuvre une veille efficace
- Utiliser les outils indispensables du Community Manager

Participants

Responsable et assistant marketing, responsable et assistant communication, chef de publicité, chef projet digital, en poste ou en recherche d'emploi, journalistes, étudiants ...

Pré-requis

Se munir d'un ordinateur portable et savoir utiliser les fonctionnalités de base des moteurs de recherche
Cette formation est largement accessible et s'adresse à tous ceux qui s'intéressent aux réseaux sociaux.

THEMES TRAITES

Généralités médias sociaux

- Connaître les chiffres clés à la Réunion
- Comprendre l'intérêt des réseaux sociaux
- Découvrir le métier : Community Manager
- Optimiser son contenu avec des applications tierces
- Faire de la publicité

Définir une stratégie de contenus

- Elaborer une ligne éditoriale
- Concevoir du contenu
- Mettre en place un calendrier de publications
- **Facebook :**
 - Comprendre le fonctionnement de l'algorithme et le vocabulaire
 - Créer ou améliorer une page
 - Connaître les types de publications & formats (sondage, événements, story...)
 - Trouver et publier du contenu à partager
 - Savoir animer & modérer
 - Mettre en place un jeu & concours
 - Faire de la publicité
- **Instagram**
 - Créer un compte professionnel
 - Utiliser les codes d'Instagram pour promouvoir sa marque
 - Savoir utiliser les différents formats (photos, vidéos, stories, boomerang)
- **Linkedin**
 - Rédiger un profil efficace
 - Animer son profil personnel
 - Connaître les bonnes pratiques (Social Selling, mise en relation, recommandations....)
 - Créer et animer une page entreprise
 - Faire de la publicité
- **Twitter :**
 - Comprendre les fonctionnalités, usages et le vocabulaire (tweet, hashtag, ...)
 - Déterminer l'intérêt de ce réseau pour une entreprise & pour une personne
 - Publier et faire de la veille sur Twitter
- **Présentation de Pinterest, Snapchat & TikTok**

Outil d'alerte & de veille

- Mettre en place un dispositif de veille.

Mesure ses performances

- Déterminer vos KPI
- Elaborer des reportings

Moyens pédagogiques et techniques

Salle de formation, vidéo projection, un support de formation papier sera communiqué à chacun des participants résumant l'ensemble de la formation suivie.



INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX A SA STRATÉGIE MARKETING

Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'exercice pratiques. Echanges basés sur l'expérience des participants et du formateur. La pédagogie utilisée est active et participative. Elle alterne les exposés du formateur, et des études de cas. Des exercices permettent de faire une synthèse opératoire des thèmes traités. Des évaluations formatives clôturent l'apprentissage.

Renseignements pratiques

Intervenant : Nathalie Raybaud, formatrice en marketing, web marketing & réseaux sociaux. Prestataire de services en marketing & digital depuis 6 ans. Titulaire d'un Master en marketing et d'un titre de chef de projet digital.

Durée : 2 jours, soit 14 heures de formation de 09h à 17h.

Coût catalogue par personne : 980 € HT