

INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS SA STRATÉGIE MARKETING

MK05

2 jours (14h) 1 450,00 €^{HT}

Objectifs

Comprendre les enjeux de l'usage des réseaux sociaux dans une stratégie marketing • Élaborer une stratégie réseaux sociaux efficace et pertinente • Organiser le community management dans son entreprise • Savoir générer des opérations de buzz sur les réseaux sociaux et développer de la publicité social media

Profil Stagiaire(s)

Cette formation dédiée aux réseaux sociaux s'adresse aux directeurs marketing, directeurs stratégie, chargés de missions marketing, communication, RP, responsables et chargés de missions Web

Pré-requis

Cette formation nécessite d'avoir créé un compte Facebook

Profil animateur(s)

Cette formation marketing est animée par le dirigeant d'une agence Social Media spécialisée en Community Management, stratégies Social Media et Digital Storytelling



PROGRAMME

Les enjeux des réseaux sociaux dans le marketing digital

Qu'est-ce qu'un réseau social ?

Histoire des réseaux sociaux

Focus sur les principaux réseaux sociaux en France

. Facebook pour les entreprises

. Twitter

. LinkedIn

. Pinterest

. Instagram

Tendances et réseaux sociaux de demain

Sociologie des réseaux sociaux : comprendre le comportement des internautes sur les réseaux sociaux

Objectifs des réseaux sociaux pour une entreprise

Construire une stratégie de marketing efficace sur les réseaux sociaux

Choisir les réseaux sociaux pertinents pour son activité, ses cibles marketing et ses objectifs de communication / business

Construire une stratégie éditoriale efficace (angles éditoriaux, planning de publication, tonalité...)

Construire une stratégie de storytelling digital : comment « raconter ses contenus » sur les réseaux sociaux dans le cadre de sa stratégie éditoriale ?

Organiser le community management dans l'entreprise

Produire des contenus performants pour les réseaux sociaux : capter l'attention, générer de l'engagement

Identifier les outils du community manager : HootSuite, Tweetdeck, ViralTag...

Gérer les commentaires négatifs sur les réseaux sociaux : étude de cas et méthodologie

Se préparer à la crise sur les réseaux sociaux

Connaître les aspects juridiques du community management : diffamation, droit d'auteur...

Sélectionner une agence ou recruter en interne

Évaluer son coût

Organiser des opérations de social media influence ou buzz

Le principe de la viralité

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demoss.fr

Nos sessions

7 - 8 déc. 2023 : A Distance

15 - 16 janv. 2024 : Paris

29 - 30 avr. 2024 : A Distance

9 - 10 sept. 2024 : Paris

14 - 15 nov. 2024 : Paris

INTÉGRER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS SA STRATÉGIE MARKETING

MK05

2 jours (14h) 1 450,00 €^{HT}

Les jeux / concours sur les réseaux sociaux
Mettre sur pied une opération de buzz social media
Mettre en place un programme de social media influence :
. trouver les influenceurs
. comprendre les différentes approches
. organiser la visibilité de votre marque sur leur compte

La publicité sur les réseaux sociaux

Principes de la publicité sur les réseaux sociaux
Social Media Acquisition : gagner rapidement plus de fans, de followers et d'abonnés sur les réseaux sociaux
La sponsorship : principe et mise en place

Évaluer le ROI sur les réseaux sociaux

Choisir les KPIs clés : calculer le taux d'engagement, l'audience...
Suivre le trafic ou les conversions sur son site
Mettre en place un rapport

Méthodes pédagogiques & Evaluation

Si vous êtes adhérent(e) AKTO, inscrivez-vous directement sur le [portail](#)

Cette formation comprend des cas réels tirés de Facebook, Twitter, Youtube ainsi que d'exercices sur les cas concrets des stagiaires

Les sessions "À distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Suivi & Evaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :
Une évaluation de compétences en ligne en début et en fin de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation suivie : Tests d'évaluation des acquis, cas pratiques, mises en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.
Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.

Ressources pédagogiques

Support de formation, exercices...

Moyens techniques

Nos centres de formation DEMOS, accessibles aux personnes à mobilité réduite, sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de colearning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

En complément

Avant cette formation vous pouvez suivre :

- Élaborer son plan marketing opérationnel omnicanal
- Élaborer et piloter son plan marketing digital