

METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE DE RESEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

La formation « Mettre en place une stratégie de réseaux sociaux » doit permettre à tout chef d'entreprise, indépendant ou chargé de communication ou demandeur d'emploi de connaître les principaux leviers du social media pour développer une stratégie ciblée et réfléchie en entreprise. A la fin de la formation, les participants savent rendre une marque visible sur les réseaux sociaux, concevoir une campagne de réseaux sociaux et mesurer l'efficacité des réseaux sociaux.

PUBLIC VISE

- ❖ Chargé de communication
- ❖ Chefs d'entreprise, entrepreneurs
- ❖ Demandeur d'emploi
- ❖ Toute personne souhaitant rédiger et optimiser ses contenus web

PRE-REQUIS

- ❖ Connaissance de l'outil informatique PC ou Mac
- ❖ Pratique d'internet et du site web utilisé pour l'entreprise

PROGRAMME DE LA FORMATION

Les grandes étapes d'une stratégie social media

- ❖ Définir ses objectifs
- ❖ définir une charte éditoriale
- ❖ Identifier les bons réseaux (Zoom sur les principaux réseaux et leurs particularités : Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest...)
- ❖ Mettre en place un calendrier éditorial

Les réseaux sociaux grand public

- ❖ Communiquer sur Facebook
- ❖ La publicité sur Facebook
- ❖ Les autres réseaux : Twitter, Instagram, Youtube...
- ❖ *Ateliers pratiques : rédiger sur les réseaux sociaux, appréhender le ciblage publicitaire, réfléchir à sa stratégie social media*

Les réseaux sociaux professionnels

- ❖ Utiliser LinkedIn à titre personnel
- ❖ Organiser la présence de son entreprise sur LinkedIn
- ❖ La publicité LinkedIn
- ❖ Atelier pratique : échange autour des profils des participants, créer les grandes lignes de sa charte éditoriale

Analyser les résultats de sa stratégie social media

Mettre en place une stratégie de campagne d'influence

- ❖ Pourquoi et comment communiquer auprès des influenceurs
- ❖ Déroulement d'une opération de marketing d'influence
- ❖ Mesurer les retombées d'une opération de marketing d'influence
- ❖ *Atelier pratique : créer un brief de campagne, sélectionner des influenceurs, organiser un événement.*

Evaluation des connaissances sous forme de quizz

DUREE : 2 jours (14 heures)

Numéro d'agrément :
5335103703

LA FORMATRICE

Anne-Gabrielle Marmignon est consultante en communication print et digitale & rédactrice. Elle accompagne les entreprises dans toutes leurs problématiques de communication papier et digitale quel que soit le secteur d'activité.

MOYENS PEDAGOGIQUES

Support de formation électronique et connexion Internet fournis.

Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation.

Formation certifiante éligible au CPF

