

Maîtriser les usages professionnels des réseaux sociaux



PRÉSENTIEL

COMPRENDRE LES MÉDIAS SOCIAUX

Historique des médias sociaux
Les différents types de médias sociaux, les outils de publication, les contenus
Le Concept de Communauté sur Internet
Les Besoins de la Communauté
Le rôle de l'internaute au sein de sa communauté
Impact des médias sociaux
Interactions avec les besoins de l'entreprise
Le métier de Community Manager

LA E-RÉPUTATION

Le concept de E-réputation
Quelle présence faut-il avoir dans les réseaux sociaux ?
Mettre en place une stratégie de veille
Réagir aux Mauvais Buzz & commentaires

DÉFINIR ET QUALIFIER UNE STRATÉGIE MARKETING VIA LES MÉDIAS SOCIAUX

Pourquoi Définir une stratégie adaptée : absence de modèle absolu, niveau de complexité et Coût, Importance du canal, audit Interne des ressources de l'entreprise, Audit Externe, Aspect légal

LE MARKETING VIA FACEBOOK ET LES BLOGS

Le Marketing via Facebook, les blogs
La Publicité sur les médias sociaux
Créer sa campagne

SUIVI DES PERFORMANCES

Performances et données quantitatives
Utiliser Analytics
Performance et Qualité
Spécificités par médias

ETUDES DE CAS

Référents pédagogiques

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leur expertise technique, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation...

OBJECTIFS

Comprendre les usages et les valeurs ajoutées des réseaux sociaux pour augmenter sa visibilité et son chiffre d'affaires
Valoriser ses profils et son activité
Développer sa e-Réputation et celle de son entreprise

PRÉ-REQUIS

Bonne pratique d'Internet

PUBLIC

Responsable et/ou chargé communication/marketing, tout public souhaitant acquérir des compétences sur l'utilisation des réseaux sociaux au service de son entreprise

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION: IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION: APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Mises en pratique (70%), échanges (20%) et apports théoriques (10%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle,...

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire
Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Cf planning