

Créer de l'engagement envers la marque

CRÉER UNE STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Définir la stratégie Social Média

Analyser les recherches des internautes en rapport avec son activité

Définir les objectifs (SMART)

Les différents objectifs qui existent

Analyser la concurrence (HYPEAUDITOR.COM)

Définir les cibles

Créer les personas

Choisir les bons réseaux

Choix des hashtags

Construire sa présence sur les réseaux sociaux

Optimisation des pages sur les réseaux sociaux (en fonction des réseaux)

Définir sa ligne éditoriale

Le design

La fréquence

Créer du contenu et la curation

Les types de contenus

Les règles de réussite

Développer et animer sa communauté online

Les bases

Les leviers d'acquisition

La gestion de la relation client sur les réseaux sociaux

E-reputation

Traitement des commentaires et avis clients

Plan d'actions

Le growth hacking sur les réseaux sociaux

METTRE EN OEUVRE UNE STRATÉGIE MARKETING D'INFLUENCE

Les différents types de contenus et d'influenceurs

Les types de contenus valorisés par les influenceurs et appréciés par les consommateurs

Les types d'influenceurs

Identifier les « bons influenceurs »

Les 3 règles d'or pour identifier les « bons influenceurs »

Les bons outils pour dénicher les « bons influenceurs »

Mesurer l'efficacité d'une stratégie marketing d'influence

Développer la notoriété de la marque

Développer l'audience de la marque

Développer les ventes de la marque

OBJECTIFS

Définir sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux

Comprendre le fonctionnement des différents supports pour adapter ses actions
Développer une communication ciblée pour optimiser sa présence et son influence

PRÉ-REQUIS

Être à l'aise avec Internet et avoir des notions en communication.

PUBLIC

Chef(fe) d'entreprise, entrepreneur(e), responsable webmarketing, toute personne en charge de la communication digitale

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Test de positionnement

Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois formateur@naxis.fr

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Cas pratiques

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction

Bilan du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation

Attestation de présence

Validation des compétences

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION

DE LA FORMATION

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

DATES

Voir planning

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, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...