



Mettre en place une stratégie social media

Objectifs de la formation :

- ✓ Organiser la présence d'un marque sur les médias sociaux
- ✓ Savoir concevoir une campagne social media
- ✓ Mesurer l'impact du social media sur la communication globale

Durée :

1 journée (7,5 heures)

Numéro d'agrément :

11 94 08759 94

Prérequis :

Connaissance de l'outil Internet et notions de communication.

Formateur :

Consultant formateur Webmarketing, 15 ans d'expérience. Certifié ICPF&PSI, agréé CNEFOP.

Moyens pédagogiques :

Support de formation électronique et connexion Internet fournis. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation. Evaluation en fin de formation pour validation des acquis.

Formation éligible au CPF :

CPF 236097

Contactez-nous :

www.webmarketing-com.com/formation

Plan de la formation

1. Introduction

- ✓ Qu'est-ce que le web social ?

2. L'importance du brief comme point de départ d'une stratégie social media

- ✓ Clarifier le contexte
- ✓ Se fixer des objectifs
- ✓ Définir un budget

3. Les grandes étapes d'une stratégie social média

- ✓ Définir une charte éditoriale
- ✓ Identifier les bons réseaux (Zoom sur les principaux réseaux et leurs particularités : Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest...)
- ✓ Echanger avec les influenceurs
- ✓ Adapter les supports existants
- ✓ Faire vivre les comptes d'une marque sur le long terme

Cas pratiques : rédiger pour les réseaux sociaux, lancer une campagne publicitaire sur Facebook...

4. Analyser les résultats

- ✓ Les indicateurs de performance

Évaluation des connaissances sous forme de quiz.

Niveau et public concerné : Débutants / Intermédiaires. Responsable communication, Chargé de communication, Chef de projet, Chef de produit, Entrepreneur et curieux.