

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

Objectifs de la formation :

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

Public concerné:

Débutants / Intermédiaires

Responsable communication
Chargé de communication
Chef de projet
Chef de produit
Entrepreneur
Porteur de projet

Prix par participant : 350 € ht

Durée: 1/2 journée (3,5 h)

Plan de la formation :

1. Introduction

- Qu'est-ce que le web social ? (Réseaux sociaux, Blog, Forum, Sites participatifs, Avis consommateurs...)

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

- Clarifier le contexte
- Se fixer des objectifs (notoriété, conversion, fidélisation...)
- Définir un budget

3. Les grandes étapes d'une stratégie social média

- Trouver un concept créatif
- Identifier les bons réseaux (Zoom sur les principaux réseaux et leurs particularités : Facebook, Twitter, Google+, Instagram et YouTube)
- Echanger avec les influenceurs
- Créer des mécaniques de campagne adaptées
- Adapter les supports existants (Site web, landing page)
- Faire vivre les comptes d'une marque sur le long terme

Cas pratique 1 : Analyse de campagnes existantes

4. Analyser les résultats

- Les indicateurs de performance

Cas pratique 2 : Créer un tableau de bord de suivi

Évaluation des connaissances sous forme de quiz.