



Formation Les réseaux sociaux : 3 jours (21 heures)

Objectifs

Comprendre les nouvelles règles du web 2.0
Comprendre les objectifs possibles sur les médias sociaux
Obtenir un panorama des bonnes pratiques
Définir une stratégie sur les médias sociaux
Comprendre les enjeux propres au marketing B2B

Acquis de la formation

Connaître les différents réseaux sociaux, savoir identifier leurs spécificités, connaître leurs usages, savoir les utiliser dans une approche marketing

Pré-requis

Savoir se servir d'un ordinateur

Public concerné

Tout public débutant sur les réseaux sociaux

Le programme de la formation

1. Les enjeux du contenu

Le contenu comme premier contact avec l'internaute
Inciter au clic, favoriser la conversion
Le contenu, acteur majeur du référencement
Adapter le contenu au média

2. Le web est social

Du web 1.0 au web 2.0
Comprendre les tendances du web 2.0
Concept des UGC (Users Generated Content)
Réalité et illusion du web 2.0

3. Les blogs

Présentation et chiffres clés
Les différents types de blogs
Pourquoi blogger ?
Le kit du blogueur débutant

4. Facebook

Chiffre clefs et utilisateurs du 1er réseau social mondial
Conception stratégique et mise en œuvre
Lexique, bonnes pratiques et usages
Création, personnalisation et paramétrage d'une page fan
Dynamiser sa visibilité, gérer sa communauté, administrer
Fonctionnalités de Facebook Insights
Créer une campagne Facebook Ads
Atelier stratégique et opérationnel

5. Twitter

Chiffres clefs et utilisateurs
Quelles sont les thématiques phares ?
Conception stratégique et mise en œuvre
Lexique, bonnes pratiques et usages
Création, personnalisation et paramétrage d'un compte
Dynamiser sa visibilité, gérer sa communauté, administrer
Créer une campagne Twitter Ads Periscope : les opportunités du live streaming
Atelier stratégique et opérationnel

6. Pinterest

Le Picture Marketing sur les réseaux sociaux
Pinterest : chiffres clés et utilisateurs
Lexique, bonnes pratiques et usages
Création et paramétrage d'un compte Pinterest
Image de profil, création des tableaux thématiques, etc.
Dynamiser sa visibilité, gérer sa communauté, administrer
Bonnes pratiques pour les entreprises
Atelier stratégique et opérationnel

7. Instagram

Instagram : chiffres clés et utilisateurs
Lexique, bonnes pratiques et usages
Création, personnalisation et paramétrage d'un compte
Dynamiser sa visibilité, gérer sa communauté, administrer
Atelier stratégique et opérationnel

8. YouTube

Chiffres clefs du 3ème site le plus visité au monde
Lexique, bonnes pratiques et usages
Création d'un compte et d'une chaîne YouTube
Personnalisation et paramétrages
Comment réaliser une vidéo efficace ?
Pourquoi optimiser son SEO sur YouTube ?
Dynamiser sa visibilité, gérer sa communauté, administrer

Atelier stratégique et opérationnel

9. LinkedIn

Chiffres clefs du plus grand réseau professionnel mondial

Picture & Content Marketing, définir et déployer ma stratégie sur LinkedIn

Lexique, bonnes pratiques et usages

Création et paramétrage de mon compte LinkedIn

Soigner mes demandes de relations

Publier des articles avec Pulse

La boîte à outils LinkedIn

Création et paramétrage d'une page entreprise

Création d'un groupe et bonnes pratiques pour en intégrer selon la problématique business

Techniques pour dynamiser la visibilité de sa page entreprise, gérer sa communauté et administrer

La publicité sur LinkedIn, comment ça marche ?

Atelier stratégique et opérationnel

10. Autres réseaux sociaux tel que Snapchat

11. Mettre en place la surveillance de l'e-réputation d'une entreprise

Comment effectuer une veille efficace sur Internet ?

Usages d'outils tels que Hootsuite, Alerti et Mention

12. Les outils indispensables

Les outils indispensables au marketing de contenu

Outil de planification : Hootsuite (inscription, usages et bonnes pratiques)

Curation : Scoop.it (inscription, usages et bonnes pratiques)

Les outils de mesure : ROI, KPI, etc.

Google Analytics et l'évaluation des médias sociaux

Le tableau de bord Social Media