



Réseaux sociaux

R.1 - Comprendre et utiliser les réseaux sociaux

« *fish where the fishes are* »... désormais, nos clients et prospects sont sur les réseaux sociaux, que l'on soit une entreprise BotC ou BtoB. Bien connaître le panorama des réseaux sociaux et leurs usages et les utiliser pour développer son entreprise est désormais incontournable.

Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 690 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Objectifs

- Mesurer les enjeux du digital et des médias sociaux.
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises.

A la fin de la formation, le stagiaire connaîtra le panorama des réseaux sociaux, leur spécificité et leur utilité dans un plan de communication.

Itinéraire et contenu pédagogique :

Session 1 : 0,5 J

• Identifier les nouveaux usages du digital

Web 3.0 définition et usages / Marketing émotionnel / Les réseaux sociaux dans le dispositif de communication de l'entreprise. / La nouvelle relation marque et consomm'acteur /

• Panorama des media sociaux et principes d'écriture

Cartographie des media sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram,, Periscope, Snapchat, Google +, LinkedIn. / Quel réseau social pour quelle utilité ? / Ecrire vite et bien / Trouver le ton juste entre proximité et respect.

• Blogs et marketing d'influence

Principes-clés et usages. / Présentation de la blogosphère. / Quel complémentarité avec le site internet ?/ Comprendre le fonctionnement d'un blog - actualité (article, commentaire, liens...).

Session 2 : 0,5 J

• L'engouement pour la video

Présentation de Youtube / Vidéo sur Facebook et Facebook Live / Statistiques video sur Facebook / Périoscope

• Social Media Stratégie

Impact des réseaux sociaux sur la stratégie digitale et le référencement / Vers le Social Marketing et Social Shopping. / Le social gaming / Générer des leads en BtoB avec les médias sociaux.

• E-réputation et veille

Audit d'identité numérique / Mettre en place un dispositif de veille

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste marketing/communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur
Apporter son PC portable ou sa tablette.

Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.