



NOUVEAU

R.1B – Optimiser sa stratégie « social media »

Les réseaux sociaux ? Un grand nombre d'entreprises les travaillent au coup par coup, sans objectif précis ou ligne directrice. Avec cette formation, vous serez en mesure de comprendre les enjeux d'une stratégie Social Media, d'en connaître les principaux intérêts pour votre entreprise et de déployer votre démarche sur le long terme, afin de faire connaître et aimer votre entreprise.

Objectifs

- Comprendre les nouveaux usages des médias sociaux.
- Construire une stratégie sur les réseaux sociaux, en cohérence avec sa stratégie marketing et communication
- Utiliser les outils du community manager et suivre la performance

Contenu pédagogique : méthode interactive –théorie et cas pratiques

- **Comprendre les nouveaux usages sur le digital et les médias sociaux** : Analyse de la Customer Journey. Être présent à toutes les étapes du consumer journey avec Google Micro Moments. *Exercice : construire un consumer journey*
 - **Choisir les réseaux sociaux adaptés** : Leviers des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Pinterest). Analyse des avantages, inconvénients et contraintes de chaque support. Pertinence de chaque réseau social en fonction de la cible. *Exercice : décrypter des stratégies de marques sur les réseaux sociaux afin d'analyser leurs clés de réussite*
 - **Inclure les réseaux dans une stratégie marketing et assigner des objectifs**. Définir ses objectifs marketing et de communication. Définir sa cible de communication. Définir un plan marketing Social Media
 - **Déployer une stratégie Social Media : plannings éditoriaux & outils** : Etablir un plan de communication Social media (macro-plan). Construire son planning éditorial. Les outils malins. Les leviers de médiatisation. *Exercice : décliner un même message sur des réseaux différents*
- Analyser sa performance** : définir ses KPIs. ROI et ROA. Adopter une vision à moyen terme et anticiper les nouveaux usages. Social Media : quelles limites? *Exercice : construire un tableau de bord efficace*

 2 formules  7h

- **#atelierpartagé** > 7h (2 x 3,5h) plusieurs entreprises | 390 € par pers. groupe 3 à 8 pers.
- **#you&me** > 7h – centré sur vous | 790 € HT pour 1 pers

 Public

Dirigeant, commercial, manager ou assistant communication et marketing, demandeur d'emploi. Toute personne animant des réseaux sociaux.

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Être déjà formé aux fonctionnalités des médias sociaux ou avoir fait la formation R1A.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Tutoriel remis en fin de formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et video-projecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette.
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée
- **Résultats** : En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.