

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA SUR LINKEDIN

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Concevoir une stratégie de communication efficiente en fonction de son domaine d'activité sur le réseau social LinkedIn
Bâtir son image de marque personnelle pour se différencier
Gérer et Maîtriser le réseau social LinkedIn et ses différentes fonctionnalités

Savoir associer les outils pour les mettre en application au service de votre stratégie
Évaluer les performances de la stratégie et effectuer des ajustements

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Responsable marketing, Responsable digital, Social media strategist, Chargé de communication, Community manager, Digital planner, Cadre en entreprise, Chef d'entreprise, Responsable commercial, Responsable RH, Social Media Manager, Créateur d'entreprise, Artisans, Commerçants, Profession Libérale.

Pré-requis

Avoir des bases en informatique.

Durée de la formation et modalités d'organisation

En distanciel

Durée: 10h30

1350€ ht, 1620€ ttc.

Entrée permanente.

En présentiel

Durée: 1,5 jours.

Inter: 1350€ ht

Intra: à partir de 900€ ht la journée.

Horaires: 9h30-13h/14h-17h30

Lieu de la formation

Dans les locaux de nos partenaires ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

En distanciel : le stagiaire doit disposer du logiciel enseigné, du logiciel permettant la connexion à distance avec le formateur et d'une connexion de bonne qualité.

En présentiel : Un ordinateur par personne
- Vidéo projecteur - Connexion Internet

► Appréhender les bases du marketing digital et bâtir sa marque professionnelle

Dernières tendances en matière de réseaux sociaux (chiffres clés, études statistiques, et évolution des pratiques)

Les bases du marketing: modèle des 10P

Focus sur la communication: modèle de Lasswell

La communication digitale: l'enjeu social

► Bâtir son image de marque et son positionnement sur les réseaux sociaux

Personal branding: atelier des 5 éléments et atelier CANVA

Les éléments essentiels de votre territoire de marque: charte graphique, valeurs, moodboard

Les cibles: adapter son positionnement à sa cible: méthode des personas

► Mobiliser LinkedIn pour bâtir sa réputation

Histoire du réseau et de son algorithme, chiffres clés

La puissance du profil personnel sur LinkedIn: fonctionnement et pistes d'optimisations

Score SSI: mesurer sa performance et sa visibilité

La page entreprise: fonctionnement et règles particulières Principes de fonctionnement de la plateforme: s'informer, acquérir de la visibilité,

trouver de nouveaux clients, dynamiser le référencement de votre site web,

créer sa propre communauté, recruter

Création de contenus adaptés à LinkedIn: atelier de création de contenus (visuels et rédaction)

Mesurer sa performance sur LinkedIn: les KPI à suivre

► Utiliser la boîte à outils du marketing de contenu pour développer une stratégie percutante

La ligne éditoriale: comment la construire?

Le calendrier éditorial: colonne vertébrale de votre stratégie

Benchmark: que font mes concurrents sur les réseaux sociaux?

Outils et applications supports pour la création de contenus

Atelier: prévoir la stratégie de communication sur LinkedIn pour les 2 prochains mois