

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

SOCIAL MÉDIA

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
Appréhender les différents réseaux sociaux
Construire une stratégie gagnante sur les réseaux sociaux
Définir des objectifs et une ligne éditoriale
Cibler et choisir ses canaux
Définir des contenus pour chaque réseaux

Diffuser et exposer des contenus
Gérer une campagne
Mesurer sa stratégie
Adopter une stratégie d'influence, analyser les concurrents
Analyser les concurrents

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

Public concerné

Équipes marketing et de communication ou toute autre professionnel qui souhaite s'informer ou se former aux nouveaux médias que sont les réseaux sociaux.

Pré-requis

Pas de niveau requis, les modules sont adaptés en fonction du niveau et des besoins des publics auxquels ils sont dispensés.

Durée de la formation et modalités d'organisation

En distanciel
Durée: 14 heures
900€ ht, 1080€ ttc.
Entrée permanente.
En présentiel
Durée: 2 jours.

Intra: à partir de 1200€ 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.

01/2024

► Introduction Social Media et écosystème digital

Définition, tendances, cadre et panorama

► Ecosystème social media

Qu'est-ce que la communication sur les réseaux sociaux?

Apprendre à gérer une communauté et développer la viralité

Maîtriser le brand content et l'écriture web

Gérer et protéger son e-réputation
Et le community manager dans tout ça?

Pilotage d'une stratégie de Social Média

Comprendre les mécanismes stratégiques

Définir les différents objectifs d'une campagne social media Paid, organic, native:

Comment s'y retrouver?

Influenceurs: Pourquoi et comment?

Maîtriser les outils de mesure de performance

► Décryptage de campagnes de Social Media

Panorama de campagnes performantes:

Do et don't

Cas pratique