

Communiquer à travers les réseaux sociaux

Objectif : La présence de votre marque ou de votre entreprise dans les réseaux sociaux nécessite un suivi et un contrôle continu sur tout ce qu'il se dit de vous sur la toile. Aujourd'hui avoir son compte LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+... devient obligatoire pour toutes les entreprises et enseignes ainsi que pour les personnes physiques

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer sa présence en ligne à travers les différents réseaux sociaux en fonction de son activité et de ses attentes
- Optimiser, administrer et animer ses pages professionnelles et ses publications
- Réaliser une veille de sa E-Réputation et engager une véritable communauté

Public : Tout public

Pré-requis : Etre à l'aise avec Windows et Internet et avoir une bonne connaissance de son entreprise et de son champ d'activité

- 1 jour -

Déroulé de l'action

- **Type de stage**
Session Inter-entreprises
- **Horaires**
9H00-12H30 /13H30-17H00
- **Méthode pédagogique**
Alternance exposés théoriques et exercices pratiques en groupe et individualisés
- **Suivi et assistance**
Support de cours adapté
Assistance téléphonique gratuite et illimitée
- **Validation des acquis**
Évaluation tout au long de l'action et Exercice de validation des acquis en fin d'action
Délivrance d'une attestation de fin de formation

Présentation des différentes typologies de réseaux sociaux et en appréhender les enjeux

- Différencier médias sociaux, réseaux sociaux, réseaux sociaux d'entreprise
- Présentation des principaux réseaux sociaux : notoriétés, usages, typologie
- Le pouvoir des consommateurs du web 2
- Les comportements, usages et typologies d'internautes
- Choisir les réseaux sociaux en fonction de ses objectifs et de son activité

Savoir gérer son identité numérique

- Les enjeux de l'e-réputation
- Le rôle d'une communauté Web
- Créer sa communauté et la fidéliser
- Le Marketing d'influence
- Etat des lieux de votre image actuelle

Bâtir une stratégie sur les Réseaux Sociaux

- Points clés pour se démarquer
- Créer des ciblage en fonction des actions à mener
- Créer une ligne éditoriale
- Produire des contenus optimisés pour les moteurs de recherche
- Mesurer le temps passé et le retour sur investissement de vos actions

Communiquer à travers les réseaux sociaux

Animer et gérer ses pages

- Créer des profils via Twitter, Facebook ou LinkedIn
- L'importance de la Picture marketing avec Pinterest, Snapchat et Instagram
- Outils pour créer des contenus visuels et attractifs
- Utilité de Slideshare
- Les Vidéo sur les réseaux sociaux
- Utilité de Google + pour le référencement
- Créer une page pour votre entreprise
- Mettre en place une modération efficace
- Les outils de gestion des différents pages

Gérer sa présence sociale et évaluer son efficacité

- Développer sa communauté par différents supports : Faq, récupérer des formulaires de contact, photo vidéos contest
- Développer sa communauté par la publicité
- Vérifier les données vous concernant
- Veille sur les forums de discussions
- La gestion de la mauvaise publicité (badbuzz)
- Créer ses tableaux indicateurs Facebook, LinkedIn, Analytics Twitter, indicateurs de performance Google+, outils statistiques Instagram
- Examiner les rapports d'analyse sur Google analytics et Piwik

Travaux pratiques

- Création de sa page professionnelle sur les différents réseaux
- Utilisation d'outils et d'applications aidant à la gestion des réseaux sociaux

Déroulé de l'action

• Type de stage

Session Inter-entreprises

• Horaires

9H00-12H30 /13H30-17H00

• Méthode pédagogique

Alternance exposés théoriques et exercices pratiques en groupe et individualisés

• Suivi et assistance

Support de cours adapté
Assistance téléphonique gratuite et illimitée

• Validation des acquis

Évaluation tout au long de l'action et Exercice de validation des acquis en fin d'action
Délivrance d'une attestation de fin de formation