



MARKETING DIGITAL

2 jours (14 h)

Devis sur demande

Public & Pré-requis

Chefs d'Entreprise, profils commerciaux, marketing ou communication. Plus largement toute personne chargée de la visibilité de l'entreprise sur les Réseaux Sociaux. Bonne maîtrise de l'outil informatique (PC/MAC) et d'internet.

Objectifs pédagogiques

Comprendre les enjeux et le fonctionnement général des réseaux sociaux.

Mettre en place une stratégie efficace et adaptée au développement de son activité.

Etre capable de créer et administrer un compte/une page entreprise sur différents réseaux sociaux.

Moyens pédagogiques

1 PC par stagiaire / Alternance d'apports théoriques et de cas pratiques. Centre de ressources en ligne, disponible pendant et après tous nos parcours : www.media.pixelhome.fr

Modalités d'évaluation

Délivrance d'une attestation de compétences détaillées. Évaluation finale par QCM ou cas pratique récapitulatif. Évaluation de satisfaction en ligne.



18, rue du fonds Pernant - 60 200 Compiègne

03 64 21 83 83

contact@media-management.fr

www.media-management.fr

Siret : 348 678 756 00068 - APE 8559A

Déclaration d'activité N° 22 60 000842 60

STRATÉGIE DE COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Etre présent sur les réseaux sociaux devient incontournable dans nos vies et dans celle de nos entreprises. Vous faire connaître est évidemment très important. Les réseaux sociaux sont un moyen très rapide et efficace de vous exposer. A vous de jouer afin de mettre en place une stratégie gagnante et développer votre business !!

PROGRAMME

Comprendre la place des réseaux sociaux dans la communication digitale d'aujourd'hui

- Panorama des canaux de visibilité numériques : sites internet, SEA, Publicité, e-mailing.
- Les notions clés du marketing digital : inbound marketing, personas, content marketing, growth hacking. programmation, ciblage
- Place pour les réseaux dans l'univers du marketing digital

Connaître et distinguer les RS disponibles à ce jour

- Panorama des RS (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, You tube, Pinterest...)
- Vocabulaire du Community Management
- Principes de fonctionnement

Elaborer et déployer une stratégie efficace pour son entreprise

- Evaluer la E-réputation de son entreprise et benchmark concurrentiel
- Définir ses objectifs / ses cibles
- Sélectionner les plateformes de réseaux sociaux appropriées
- Définir sa stratégie de contenus (ton, ligne éditoriale...)
- Déterminer la nature des actions sponsorisées
- Définir budget et responsabilités internes

Atelier pratique : création de vos pages Entreprise sur Facebook et autres réseaux choisis

- Le fil de l'actualité
- Les groupes
- Les algorithmes de filtrage des contenus
- La diffusion et les formats de contenus
- La publicité ciblée sur les réseaux sociaux

Animer et piloter ses pages : notions de Community management

Les outils du Community management

- Veille et découverte de contenus
- Administration centralisée des réseaux sociaux et programmation des publications
- Créations de contenus
- Statistiques
- Création et promotion d'évènements
- Gestion de la relation client sur les réseaux sociaux
- Notion d'anticipation et de gestion de crises
- La veille e-réputation
- Le processus de gestion des commentaires négatifs
- La modération et les obligations légales

Pour aller plus loin, nous vous recommandons

Les ateliers Facebook, LinkedIn, Instagram ou Comment gérer votre E-réputation.