

FORMATION

RESEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS

- Se familiariser avec les réseaux sociaux et les utiliser

EMPLACEMENT En E-Learning ou en visioconférence

DUREE En fonction de vos besoins

NOMBRE DE PARTICIPANTS 1 par session

PRE-REQUIS Aucun pré-requis

PUBLIC CONCERNE Tout public

SUIVI D'EVALUATION Evaluation sur notre plateforme e-learning

MOYENS PEDAGOGIQUE ET TECHNIQUES Support pédagogiques et techniques, documentations, études de cas concrets, support multimédia

Le web social : nouveaux usages nouveaux métiers

Opportunités et risques pour les entreprises des nouveaux comportements d'achats (ZMOT)
Les nouveaux métiers de la communication : responsable média sociaux, social média manager, community manager, brand content manager...

Concevoir une stratégie médias sociaux

Structurer un diagnostic médias sociaux (modèle 3C, modèle POEM, SWOT Média Sociaux)
Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube, blogs... quels médias choisir ?
Construire son plan d'action opérationnel : ligne éditoriale, stratégie de recrutement...
Créer et animer des espaces sur les médias réseaux
Page Facebook : créer sa page, le Edge rank, mesurer les résultats, social ads
Compte Twitter : vocabulaire, objectifs, métriques
LinkedIn et Viadéo : employee advocacy, social selling, thought leadership, marque employeur... opportunités et clés du succès
Utiliser les médias sociaux visuels, Youtube, Instagram, Snapchat, Pinterest...

Mettre en place un programme influenceur

Qui sont les influenceurs ?
Définir et identifier les typologies d'influenceurs pertinents
Concevoir un véritable programme influenceurs pérenne
Sécuriser l'e-réputation de l'entreprise
L'impact et le traitement des avis clients négatifs
Anticiper et gérer une crise sur internet

Organiser votre dispositif médias sociaux

Choisir les bons outils de management des médias sociaux (SMMS)
Définir ses tableaux de bord
Gouvernance et charte des médias sociaux