



# Mettre en place une stratégie social media

## Objectifs de la formation :

- ✓ Organiser la présence d'une marque sur les médias sociaux
- ✓ Mener une campagne de marketing d'influence
- ✓ Mesurer l'impact de ses actions social media

### Durée :

2 journées (14 heures)

### Niveau et public :

Débutants / Intermédiaires. Responsable et Chargé de communication, Chef de projet, Indépendant, Entrepreneur...

### Prérequis :

Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

### Formateur :

Consultant formateur Webmarketing.

### Moyens pédagogiques :

Support de formation électronique fournis. Exercices, cas pratiques et évaluations proposés durant la formation.

## Plan de la formation

### 1. Introduction au web social

### 2. L'importance du brief comme point de départ de sa stratégie

### 3. Les grandes étapes d'une stratégie social média

- ✓ Définir une charte éditoriale et choisir les réseaux en fonction des objectifs
- ✓ Mettre en place un calendrier éditorial

### 4. Les réseaux sociaux grand public

- ✓ Communiquer sur Facebook
- ✓ La publicité Facebook
- ✓ Communiquer sur Twitter
- ✓ Communiquer sur les réseaux visuels : Instagram, Pinterest...
- ✓ Les autres réseaux sociaux : Youtube, Snapchat...

**Cas pratiques : s'entraîner à rédiger sur les réseaux sociaux, appréhender les ciblages publicitaires Facebook, réflexion sur sa stratégie social media**

### 5. Les réseaux sociaux professionnels

- ✓ Les alternatives à LinkedIn
- ✓ Comment utiliser LinkedIn à titre personnel
- ✓ Organiser la présence de sa société sur LinkedIn
- ✓ La publicité LinkedIn

**Cas pratiques : échanges autour des profils des participants, créer les grandes lignes de sa charte**

### 6. Analyser les résultats de sa stratégie social média

### 7. Mettre en place une stratégie de marketing d'influence

- ✓ Pourquoi communiquer auprès des influenceurs
- ✓ Comment communiquer auprès des influenceurs
- ✓ Le déroulement d'une opération de marketing d'influence
- ✓ Mesurer les retombées d'une opération de marketing d'influence

**Cas pratiques : créer un brief de campagne d'influence marketing, faire une sélection d'influenceurs, organiser un événement**

Évaluation des connaissances sous forme de quiz.