

Formation Réseaux Sociaux

Intégrer les réseaux sociaux et médias sociaux à sa stratégie de communication

Présentation



La question n'est plus s'il faut être présent ou pas sur les médias sociaux, c'est surtout comment organiser cette présence en privilégiant la pertinence et la qualité plutôt que la quantité. A titre d'information, selon Médiamétrie, les 15 - 24 ans passent en 2020 2h21 chaque jour sur les réseaux sociaux / messageries (+26% vs 2019)
Cette formation réseaux sociaux est la réponse efficace pour les entreprises qui veulent exploiter ce levier social incontournable pour :

- Augmenter la visibilité de sa marque sur le web
- Construire son image de marque et gérer son e-réputation
- Conquérir de nouveaux clients et gérer la relation clients (SAV, fidélisation...)
- Construire sa marque employeur, attirer des talents et recruter des collaborateurs
- Trouver de nouveaux partenaires (fournisseurs...) et effectuer une veille marché et concurrentielle efficace
- Faciliter la communication interne etc.

Cette formation vous permet de vous y retrouver dans cet univers polymorphe. Elle vous donne les clés pour établir une stratégie sociale média efficace et pérenne. La formation vous apporte aussi une méthodologie structurée pour organiser la mise en oeuvre de votre stratégie sur les réseaux et atteindre vos objectifs d'entreprise.

Objectifs de cette formation Réseaux Sociaux



- Acquérir une vision précise de l'écosystème des médias sociaux
- Détecter les nouveaux usages et identifier les opportunités de création de valeur pour l'entreprise.
- Définir une stratégie social média en fonction de vos objectifs et moyens
- Etablir un plan de communication sur les médias sociaux pertinent et efficace



- Sélectionner les indicateurs de performance et mesurer les retombées de votre présence sociale

Les points forts de la formation

- Cette formation peut être appliquée à tout type d'entreprise, quelque soit sa taille et son secteur d'activité.
- Nous mettons à disposition des stagiaires une [boîte à outils social média](#), outils accessibles en ligne qui sont utilisés lors de la formation.
- Nous vous faisons bénéficier de nos expériences « terrain » puisqu'en parallèle de nos missions de formation, nous menons des prestations stratégiques et opérationnelles en matière de social média.
- Les sessions de formation à distance peuvent être enregistrées et accessibles depuis l'espace collaboratif en ligne dédié aux stagiaires.

Programme

1. Panorama des médias sociaux en 2021

- Définition des médias sociaux
- Les médias sociaux dans l'univers des médias
- Typologie et usages des médias sociaux
- Les acteurs et leurs spécificités (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Instagram, SnapChat, Tik Tok etc.)
- Les app de messaging (WhatsApp, Messenger...)

2. Enjeux des médias sociaux

3. Bénéfices et risques d'une présence sur les médias sociaux

4. Audit et veille sur les médias sociaux

5. Construire une présence sur les médias sociaux

- Diagnostic interne et externe
- Détermination de la cible social media (construction des personas)
- Positionnement social media
- Détermination des buts assignés aux médias sociaux
- Définition des objectifs financiers et non financiers
- Formulation de la stratégie social media

6. Conception et déploiement des dispositifs

- Le choix des plateformes
- Le type de contenu diffusé
- La stratégie éditoriale
- Les thématiques
- Le plan média sur les médias sociaux
- Le calendrier des actions
- Définition de l'organisation interne

7. La boîte à outils pour piloter sa présence sur les réseaux sociaux

- Les outils statistiques internes aux réseaux sociaux
- Les outils de veille et d'alerte
- Les outils d'évaluation de contenus
- Les outils de « tracking »
- Les outils de publication

8. Animer et développer une communauté sur les médias sociaux

- Le rôle du community manager
- Les bonnes pratiques

8. Animer et développer une communauté sur les médias sociaux

- Le rôle du community manager
- Les bonnes pratiques

9. Evaluer les retombées social média

- Sélection des indicateurs de performance
- Les mesures des résultats financiers et non financiers
- Définition de l'organisation interne

10. Contrôler et améliorer

- Les bilans
- Les tableaux de bord et reportings

11. Mise en situation réelle : « Concevoir son propre plan d'actions sur les médias sociaux »

- Pour votre marque, votre produit ou votre service

Caractéristiques de la formation



Pour qui ?



Chef d'entreprise, responsable marketing, responsable communication, community managers, chargés de webmarketing.

Toute personne souhaitant monter en compétences pour exploiter les réseaux sociaux et les intégrer dans la stratégie de communication de l'entreprise. Elle est accessible aux personnes prenant en charge une nouvelle mission d'animation sur les réseaux sociaux.

Durée de la formation

- Durée variable en fonction de vos objectifs et du niveau de compétences opérationnelles que vous souhaitez acquérir.
Durée minimale conseillée : 14 heures
- soit 2 jours en présentiel
- ou soit 7 sessions à distance de 2h en visioconférence

Lieu de la formation

Cette formation peut se dérouler soit dans vos locaux, ou dans une salle de formation moderne adaptée à votre projet.

Cette formation peut aussi être organisée en mode hybride (présentiel et à distance) ou 100% à distance.

Coût de la formation

Inter-entreprise : 1400 € HT par personne
Intra-entreprise : à partir de 2800 € HT
Formation individuelle : 1800 € HT par personne

Financement

- Cette formation est éligible OPCO / FNE.
- Le forfait repas est en sus du coût de la formation.
- Suite à votre demande, nous vous adressons une convention de formation destinée à votre organisme de formation pour effectuer votre demande de prise en charge.

Satisfaction des apprenants

- Note de satisfaction : NC

Date de la dernière mise à jour : 8/12/2021