

## ACCOMPAGNER, DEVELOPPER, CREER ... LES COMPETENCES

### INTEGRER LES MEDIAS SOCIAUX A SA STRATEGIE MARKETING

#### ➤ OBJECTIFS

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

- Etablir les objectifs et les modalités d'une création de communauté
- Identifier les réseaux adaptés aux cibles et objectifs
- Repérer les points faibles et point forts d'une communauté
- Capitaliser sur les outils de ciblage et de suivi

#### ➤ PROGRAMME

##### ➤ LA REVOLUTION DIGITALE

Une révolution des usages  
Le digital bouleverse des secteurs économiques entiers  
Les impacts durables de la révolution digitale

##### ➤ L'ENGAGEMENT MARKETING

L'avènement du consomm'acteur  
La réponse des marques : le brand content  
Les 3 leviers de l'engagement marketing  
Do and Don't et indicateurs clés

##### ➤ LES MEDIAS SOCIAUX

L'impact des réseaux sociaux  
Panorama des réseaux sociaux  
Les enjeux de la e-réputation  
Deux cas exemplaires de stratégies de marques sur les médias sociaux

##### ➤ STRATEGIE DE MARQUE SUR FACEBOOK

Les objectifs d'une stratégie sur Facebook  
Recommandation pour la création d'une stratégie de marque sur Facebook  
Comment mesurer ?

##### ➤ LINKEDIN VIADEO TWITTER

Approche des trois plateformes

Durée (j/h)	Publics	Pré-requis	Méthodes pédagogiques	Modalités pédagogiques	Prix net
2jours/ 14 heures	Personne en charge de la communication et du marketing	Savoir utiliser un ordinateur	Active et participative	Présentiel Distanciel Mixte	Inter : 500€ Intra : sur devis

Sera délivrée à l'issue de la formation :  
1/ un certificat de réalisation décrivant les compétences travaillées  
2/ des outils NTIC

Maj : Janv 2024