Digital | Webmarketing

RESEAUX SOCIAUX : QUELS OBJECTIFS ? QUELS RESEAUX ? QUEL POSITIONNEMENT

En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour permettre de comprendre les enjeux des principaux réseaux et de formaliser votre stratégie.
Etre présent sur les réseaux sociaux est aujourd'hui indispensable.
Comment y aller?
Quel réseau choisir ?
Quels contenus publiés ?

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation Community Manager Marseille.
- Formation stratégie de communication sur les réseaux sociaux.
- Formation communication d'influence.
- Formation organiser un concours sur les réseaux sociaux Marseille.
- Formation stratégie social media
- Formation social ads marseille

Durée
1 jour(s) / 7 heure(s)

Effectif
De 3 à 8 stagiaires

Tarif
800 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
DIWE-0000-RSORP-01

À qui s'adresse la formation ?

Public

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

Prérequis

Savoir publier du contenu sur les réseaux sociaux.

Objectifs

À l'issue du parcours, vous serez en capacité de :
– Connaitre les spécificités des principaux réseaux sociaux,
– Savoir bien définir ses objectifs sur les réseaux sociaux,
– Savoir définir ses cibles sur les réseaux sociaux,
– Se positionner face à la concurrence,
– Savoir choisir les bons réseaux sociaux pour son entreprise.

– Panorama et spécificités des réseaux sociaux en 2020
– Chiffres clés en France et à l'international
– Utilisation en BtoB et BtoC
– Adapter ses objectifs aux réseaux sociaux
– Ciblage : les personas au service de la performance
– Bonnes pratiques et écueils à éviter
– Etudes de cas de stratégie Social Media

Stratégie webmarketing & social media

– Chiffres clés
– Entonnoir de conversion Les 3 leviers social media

Les personas

– Identifier ses personas : méthodologie et mise en pratique

Méthodes pédagogiques

– Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
– Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
– Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
– Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.
Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici

Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.
Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.