



FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

DIST.

Ref. : C19ERESEAU

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1570 € HT

Repas inclus

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE SOCIAL MEDIA MARKETING

Accélérer sa croissance grâce aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont incontournables pour les entreprises qui souhaitent optimiser leur référencement et améliorer leur visibilité et leur notoriété sur le web. Cette formation vise donc à vous faire découvrir la diversité de réseaux sociaux aujourd'hui disponibles, leurs spécificités, leurs économies respectives et à vous montrer comment utiliser chaque réseau social, chaque bassin d'audience, pour construire l'image de votre marque et faire passer vos messages.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

Paris

20 et 21 juin 2023

- 20/06/2023 09:00 --> 21/06/2023 17:30 à Paris
 - 20/06/2023 09:00 --> 20/06/2023 17:30
 - 21/06/2023 09:00 --> 21/06/2023 17:30

OBJECTIFS

- Prendre en main les principaux réseaux sociaux BtoC et BtoB.
- Développer sa présence sur les principaux réseaux sociaux.
- Mesurer l'impact de ses actions social marketing pour optimiser sa performance.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables marketing, digital, communication, social media et community managers.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du marketing digital.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en place une stratégie sur les principaux réseaux sociaux.
Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation obligatoire sous forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quizz amont
Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

Élaborer une stratégie de social media marketing

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation
- Comment intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing ?
- Quelles sont les opportunités à saisir sur les nouveaux réseaux sociaux ?

Définir sa stratégie social marketing

- Degré de visibilité, taille de communautés, concurrence... : faire l'état des lieux de sa présence sociale.
- Définir des objectifs SMART pour établir une feuille de route et une stratégie cohérentes.
- Sélectionner des KPIs pour matérialiser ses objectifs.



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



- Atelier Persona : identifier les besoins de ses clients pour adapter ses contenus.
- Segmenter son audience pour arrêter ses cibles prioritaires.
- Fixer sa stratégie sociale : promesse et ligne éditoriale.
- Calendrier éditorial, dispositif de promotion... : établir un plan d'actions réaliste.
- Allouer les ressources nécessaires pour mener à bien son projet : temps et budget.

Créer des publications performantes pour générer du trafic

- Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, Snapchat... : se positionner sur les bons réseaux sociaux.
- Images, URL... : optimiser ses profils sociaux pour un impact positif sur ses leads.
- Adapter la forme de ses messages aux singularités du media social : stories, hashtag, thread, reels, carrousel...
- Adopter les bonnes pratiques pour valoriser ses contenus : partage, images, fréquence...
- Atelier : faire de la curation de contenu pour trouver du contenu à partager.
- Utiliser la publicité sociale ciblée pour promouvoir ses contenus.
- Faire passer à l'action ses prospects : conseils et astuces simples.

Publier du contenu de valeur pour susciter l'engagement

- Assigner un but à chaque publication pour apporter de la valeur à sa cible.
- Posts audio, messageries, live, articles, infographies, vidéos... : offrir un contenu varié pour combler son audience.
- Influence et community management : animer et mobiliser ses communautés.
- Atelier : créer des contenus engageants qui incitent au partage.

Planifier, gérer et analyser ses actions

- Hootsuite, buffer... : utiliser des outils dédiés pour optimiser la gestion de ses publications.
- Atelier : programmer la diffusion automatique de ses publications pour gagner en efficacité.
- Construire un tableau de bord pour suivre ses performances.
- Calculer le ROI de ses actions pour adapter sa stratégie

INTERVENANTS

Ambre FRANDBSEN

Conférencier, Journaliste, Directrice Associée, Consultante, Formatrice
YSMART

Alexandra DENAT

Alexandra DENAT

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap 



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF



Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 18-24 rue Tiphaine - 75015 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 21 02 02 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28