

Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing



Maîtriser les usages des réseaux sociaux pour en tirer parti

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'exploiter le potentiel des principaux réseaux sociaux dans le cadre de votre stratégie marketing.

PROGRAMME

Découvrir les nouveaux usages des réseaux sociaux

- Appréhender l'avènement des communautés sur les réseaux sociaux.
- Influenceurs, micro influenceurs et ambassadeurs : saisir l'impact du marketing d'influence.
- **Atelier** : établir le profil social de ses clients et de leurs influenceurs.

Utiliser les médias sociaux comme leviers d'engagement

- Panorama des médias sociaux et de leurs poids : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...
- Maîtriser les fondamentaux de Facebook, de Twitter et d'Instagram.

Optimiser la présence de sa marque sur les réseaux sociaux

- Augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux : le SMO (Search Media Optimisation).
- Interactivité et participatif : renforcer l'impact de ses campagnes.
- **Atelier** : maîtriser les nouvelles techniques de communication en ligne : stories, live streaming...
- Piloter et contrôler sa e-réputation et son personal branding grâce aux réseaux sociaux.

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- **Étude de cas** : décrypter des stratégies de marque exemplaires sur Facebook.
- **Cas pratique** : s'exprimer sur Twitter.

- **Atelier** : écriture de tweets et analyse de comptes Twitter.

Saisir les nouvelles opportunités liées aux médias sociaux

- Communiquer par l'image : l'importance du storytelling visuel sur les réseaux sociaux.
- Live streaming, vidéos... : comprendre l'impact de la vidéo et l'évolution des formats.
- Renforcer sa proximité clients sur les réseaux sociaux : développer ses stories.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

INITIATION

Code : EMARK2

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Découvrir l'univers du web social : codes et usages.
- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux.
- Identifier et activer les leviers sociaux pour sa stratégie de marque.

PUBLIC CONCERNÉ

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

PLANNING

Paris

28 - 29 janvier 2019

28 - 29 mars 2019*

3 - 4 juin 2019*

22 - 23 juillet 2019

26 - 27 septembre 2019*

7 - 8 novembre 2019*

* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.