

La formation en résumé

Cette formation vous aide à passer au niveau supérieur en maîtrisant les techniques avancées pour booster votre visibilité, engagement et conversions sur les réseaux sociaux. Découvrez comment exploiter les algorithmes, créer des contenus viraux et utiliser la publicité ciblée pour toucher votre audience idéale. Apprenez à analyser vos performances et ajuster vos actions pour maximiser l'impact de votre présence en ligne. Cette formation vous donnera les clés pour faire des réseaux sociaux un moteur de croissance puissant pour votre activité.

Objectifs :

- Mettre en application de l'inbound marketing
- Mettre en place la publicité sur les réseaux sociaux
- Créer des applications pour les réseaux sociaux

Participants :

Chefs de projets, Responsables Web, Webmasters, Chargé(e)s de communication, Community managers, Web marketeurs

Prérequis :

- Connaître et utiliser les réseaux sociaux ou avoir suivi la formation "Initier sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux"

Le contenu

Inclure les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication digitale

- Le marketing mobile prédomine sur les réseaux sociaux
- Stratégie social media et choix des réseaux
- La charte éditoriale pour structurer son contenu et ses prises de parole
- Le planning rédactionnel

Fonctionnement algorithmique des réseaux sociaux et travail sur l'engagement

- Mise en application de l'inbound marketing
- L'engagement au coeur de la stratégie social media des entreprises
- Les réseaux sociaux comme nouveau canal dans la gestion de la relation client
- L'expérience utilisateur pour booster et souder sa communauté
- Le content marketing comme facteur clé de l'engagement

La notion de social content marketing

- Stratégie de brand content : du snack content au slow content
- Méthodologie de création de contenus
- Les contenus tendances sur les réseaux sociaux
- Les mécanismes du newsjacking et de l'User Generated Content
- Focus sur les jeux concours et outils de création

Protéger sa marque en gérant son e-réputation

- Les enjeux de l'e-réputation
- Les risques pour la marque : le bad buzz et sa gestion
- Le rôle clé du community manager et la communauté
- Les outils de gestion de sa e-réputation

Le personal branding : être crédible en ligne pour vendre ou être recruter

- Les bonnes pratiques du personal branding
- Organisation de sa veille
- Les leviers hors des réseaux sociaux

1 060 €

(non assujetti à la TVA)



2 jours



(14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 31/03, 01/10
- 02/06, 03/06
- 02/10, 03/10
- 27/11, 28/11

Le social selling

- Processus de vente via les réseaux sociaux
- Construire et fidéliser son réseau professionnel
- La page entreprise LinkedIn : une vitrine de sa société et le développement de sa marque employeur
- Outils de social selling

La notion de Dark Social

- La relation client et le dark social
- Animer une communauté de manière plus personnaliser
- Humaniser la marque et les relations

L'analyse du retour sur investissement

- Analyse des statistiques
- Amélioration continue de l'expérience utilisateur
- Outils de suivi et de reporting
- Outils de planification et gestion des réseaux

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

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. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

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](#)

