Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Cette formation très opérationnelle s'adresse aux personnes qui désirent acquérir les bases pour utiliser les réseaux sociaux de façon opérationnelle dans leur stratégie de communication web. Un atelier pratique permet notamment de se familiariser avec la gestion des comptes sociétés sur les réseaux sociaux. Les personnes qui connaissent les fonctionnalités principales de Facebook et de Twitter peuvent s'inscrire à la formation Optimiser sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux.

Objectifs

- Obtenir une vision précise de l'écosystème des réseaux sociaux
- Guider les participants dans la définition de leur stratégie de présence au regard des objectifs fixés : visibilité, réputation, fidélisation, développement commercial... et de ses moyens

Pré-requis & Profil des participants

Pour participer, à cette formation il est nécessaire de connaître les fondamentaux de la communication ou du marketing.

Elle s'adresse aux responsables ou chef de projet Internet, responsables marketing, responsables communication, responsables projets clients, chefs de projet et directeurs de clientèle en agence.

Aux personnes novices dans l'utilisation des réseaux sociaux et qui désirent acquérir les bases pour utiliser les réseaux sociaux de façon opérationnelle dans leur stratégie de communication web.

Un atelier pratique permet notamment de se familiariser avec la gestion des comptes sociétés sur les réseaux sociaux.

Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : Les réseaux sociaux : synthèse des évolutions et tendances

L'explosion du mobile donne un élan très nouveau au développement des réseaux sociaux, comme l'a montré l'exemple japonais. Comment s'y retrouver ? Nous dressons un tableau de l'évolution du phénomène, des acteurs en place et de leurs stratégies, des usages et comportements, des tendances marquantes pour les années à venir.

- Synthèse sur les acteurs principaux (Facebook, Twitter) et leur position
- Synoptique de l'évolution et des tendances sur les réseaux sociaux
  - Comprendre comment évolue le phénomène des réseaux sociaux
  - Pourquoi le mobile va renforcer le poids des réseaux sociaux ?
  - De la géolocalisation à la vente en ligne ? Où va Facebook ? Quelles nouvelles fonctionnalités prendre en compte ?

MODULE 2 : Intégration dans une stratégie marketing - communication

Quels objectifs assigner à sa présence sur Facebook et Twitter ? Et comment mettre en place des dispositifs adaptés ?

- Objectif en notoriété/image et dispositifs adaptés
  - Fan page, dispositifs de visibilité, publicité sur Facebook
  - Présence de Facebook sur son site (widget sociaux, boutons de partage)
- Objectif relationnel et dispositifs adaptés
  - Acquisition : constitution de bases FAN, Facebook Connect, etc.
  - Fidélisation: CRM social, datacatching, etc.
- Objectif transactionnel et dispositifs adaptés
  - Vente en ligne
  - Drive to shop

MODULE 3 : Mise en pratique opérationnelle et ateliers

Au cours de cette session, nous abordons de façon pratique la gestion des comptes sociétés sur les réseaux sociaux. Chaque participant aura accès à un ordinateur pour se connecter en ligne.

- Facebook : de la création au paramétrage d'une présence société (création de Page Fan et découverte de l'outil d'administration de Facebook)
- Twitter : Développer une présence professionnelle
  - De la création à la gestion d'un profil Twitter
  - Modes d'utilisation de Twitter pour les entreprises
  - Codes et usages de Twitter

Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

MODULE 4. Optimisation globale d'un dispositif

Mettre en place un dispositif global est essentiel...Quel rôle donner à chacune des composantes de votre présence sur Internet en relation avec les réseaux sociaux ? Quelles passerelles créer entre eux ?

- Favoriser l'interconnexion des dispositifs et la propagation
  - Etre présent sur un ou plusieurs réseaux ? Comment le faire ? Comment ne pas se perdre dans une multiplicité de présences en ligne ?
- Le Community Management : comment se préparer à être actif sur les réseaux sociaux
  - Quand poster ? Quant tweeter ?
  - Quel profil de community manager pour quelles responsabilités ?
  - La gestion de crise via les réseaux sociaux

MODULE 5 : Indicateurs clés et mesure de performance

Comment suivre sa présence sur les réseaux sociaux ? Quels indicateurs prendre en compte en fonction de ses objectifs et quels tableaux de pilotage mettre en place ? Quels sont les outils ?

- Les outils et services de mesure
  - Insights, le module statistique de Facebook
  - Les outils externes principaux
- Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs à prendre en compte
  - Quels indicateurs pour quels objectifs ?