

Intégrer les réseaux sociaux à sa stratégie de communication digitale

Cross media, acquisition d'audience, community management : développez votre communication social media

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Intermediaire

Présentation

Les réseaux sociaux sont une opportunité dans votre stratégie de communication. Mais comment adapter un plan marketing pour l'optimiser ?

Nous verrons dans cette formation les étapes pour bien définir un plan marketing digital intégrant le social media : Analyse, définition des objectifs et optimisation de son ciblage. Nous intégrerons aussi la mesure de performance et des approches innovantes (Moments de Vérité et Cross Media) pour des plans de communication tirant le meilleur parti de l'intégration des réseaux sociaux.

Objectifs

- Optimiser sa stratégie de communication globale en prenant en compte les spécificités des réseaux sociaux.

Compétences acquises

- Définition d'une stratégie de présence digitale (zoom sur objectifs et cibles)
- Acquisition des bases du social listening (eRéputation)
- Mesure de performance (KPIs social media)
- Approche des MOTs (Moments Of Truth, méthodologie de parcours utilisateur)

Pré-requis & Profil des participants

Pour la suivre, il est impératif de comprendre les règles de base de chaque réseau social. Cette formation est destinée à des responsables communication, responsables marketing, responsables marketing digital, community managers.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : Définition d'une stratégie de communication digitale

- Révision des 4 étapes clés

MODULE 2 : Analyser ses présences social media et sa concurrence

- Ecouter sur le social media
- Comprendre ses résultats
- Identifier la concurrence

MODULE 3 : Définir ses objectifs et cibles pour les réseaux sociaux

- Définir ses objectifs de présence sur les réseaux sociaux
- Mesure de performance
- Comprendre et définir ses cibles

MODULE 4 : Aller vers le Cross Media

- Définition et illustration du plurimédia
- Définition et illustration du cross media
- Comment intégrer le cross media dans son approche 360

MODULE 5 : Les grands principes de la communication social media

- Les nouvelles règles de communication sur les réseaux sociaux
- 5 choses à faire et ne pas faire sur le social media

MODULE 6 : Recruter de nouveaux abonnés sur ses présences social media

- Les étapes de l'acquisition de nouveaux abonnés
- Bien comprendre et utiliser les hashtags

MODULE 7 : Les règles d'or du contenu social media

- 10 idées de contenus à tester dans votre planning éditorial

MODULE 8 : Définir une ligne éditoriale pour ses présences social media

- Positionnement social
- Thématiques à aborder
- Différencier sa prise de parole d'un réseau social à l'autre

MODULE 9 : Outils et réflexes de community management

- Timings de publication
- Outils de création et d'édition
- Tester pour optimiser