

Les réseaux sociaux (perfectionnement) : Approfondir ses connaissances pour optimiser et pérenniser sa présence sur internet.



OBJECTIFS

- ✓ Approfondir ses connaissances sur l'univers des réseaux sociaux, d'un point de vue au culturel et économique.
- ✓ Découvrir de nouveaux outils dédiés au community management et leurs applications.
- ✓ Définir des stratégies cross média pérennes, créer des opérations de communication, des événements digitaux ...
- ✓ Évaluer le retour sur investissement des stratégies digitales.

Durée : 2 jours (14 heures)

CONNAISSANCES PREALABLES

Avoir suivi le stage d'initiation et se sentir à l'aise avec les notions abordées lors de cette première session ou avoir des connaissances équivalentes.

PROFIL DES STAGIAIRES

Cette formation s'adresse à tout responsable soucieux d'utiliser les réseaux sociaux pour augmenter la visibilité de son entreprise et de ses activités sur le Web.

Introduction

Notions et chiffres

- Pourquoi les réseaux sociaux sont incontournables
- Du partage sur les réseaux sociaux à la sharing economy
- Le social shopping
- L'horizontalisation de nos relations

Les grands piliers du community management

- Le métier de community manager
- L'engagement : la valeur central du community management
- Pourquoi a-t-il tant de valeur ?
- Que change t'il dans notre façon de consommer ?
- Comment doit on stratégiquement s'adapter ?

Approfondir ses connaissances pour mieux utiliser Facebook

- Le cycle de vie d'une publication
- Qu'est ce que l'Edge Rank
- Qu'est ce que le hashtag va changer
- Qu'est ce que l'open search graph va changer
- Le nouveau news feed (<http://wearesocial.fr/>)
- Les modifications de l'algorithme
- Les statistiques indispensables

Approfondir ses connaissances pour mieux utiliser les autres réseaux

- Qu'entraîne pour les marques la nouvelle stratégie "pros" de Tweeter
- Comment générer de l'engagement grâce à Instagram
- Optimiser son contenu Pinterest
- Miser sur les tout nouveaux réseaux
- Google + et le référencement
- Utiliser Hootsuit

Bâtir une stratégie cross médias

- "Raisonnement" réseaux sociaux
- Trouver le bon équilibre entre communication classique et communication en ligne

- Comment rédiger pour les médias sociaux ?
 - Préparer son contenu
 - Définir sa ligne éditorial
 - Optimiser son contenu pour les moteurs de recherche
 - Optimiser son contenu pour la presse : communiqué de presse
- Adapter le ton
- Adapter sa fréquence
- Animer sa communauté
- Créer son réseau
- Faire vivre sa marque sur les réseaux sociaux au quotidien

Cinq cas d'école

Plan stratégique ponctuel pour gagner de la visibilité ?

- Organiser un live event,
- Mettre en place des partenariats presse/web
- Créer un scénario (avant, pendant, après)

Rendre social son site internet

- Le facebook connect
- Le "action sharing"
- Les boutons sociaux
- Et toutes les autres applications à inventer

Animer un blog d'entreprise

- Qu'est ce que Google Author Rank
- Qu'est ce que Scoop.it
- Préparer son contenu : trouver des sources
- Rédiger les articles, poster, diffuser...

Calcul du retour sur investissement

- ROI : google analytics
- ROE : insight facebook, google analytics
- Et surtout : ce qu'on risque à ne pas investir

Conclusion

- Questions / réponses avec le formateur

Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur et d'un support de cours pour la formation.
Des exercices pratiques sont réalisés tout au long de la formation