

CONSTRUIRE LA STRATEGIE DIGITALE DE SON ENTREPRISE EN INTEGRANT LES RESEAUX SOCIAUX

par Violaine Vaubourgoin

FORMATEUR/TRICE

Violaine est consultante web-marketing, blogueuse et possède 18 ans d'expérience dans le marketing et les événements. Elle est spécialisée dans la mise en oeuvre de stratégies de social media, de contenu, mais aussi dans la réalisation de sites web.

OBJECTIFS, BENEFICES

- Construire une stratégie digitale cohérente de son entreprise sur les médias sociaux
- Connaître les réseaux sociaux à investir et leurs particularités
- Définir et gérer le contenu adapté à chaque réseau social
- Maîtriser son identité numérique, sa E-Réputation et l'effet recommandation
- Définir des objectifs d'audience, de trafic et de développement de chiffre d'affaires

CONTENU, PROGRAMME

1ère demi-journée :

Panorama des réseaux et médias sociaux en France : utilisateurs et usages professionnels : Facebook, twitter, LinkedIn, Viadeo, Google+, Pinterest ...

Construction individuelle de son identité numérique sur les réseaux sociaux. SWOT de sa présence sur les réseaux sociaux pour son entreprise et pour le JD. Comprendre sa e-reputation et la maîtriser.

2ème demi-journée :

Connaître et utiliser les outils de veille et de recherche sur les réseaux sociaux. Quels contenus sur les réseaux sociaux ? Qui doit les intégrer et les gérer ? Développer des outils de curation de contenu afin de faciliter leur diffusion. Créer du Buzz positif et gestion de crise sur les réseaux sociaux. Notion de community management (gestion des communautés de clients ou fans). Exercice individuel pour son entreprise.

3ème demi-journée :

Déterminer les territoires numériques de son entreprise sur les réseaux et médias sociaux. Définir des objectifs d'audience, de trafic et de chiffre d'affaires avec les réseaux sociaux. Concevoir une stratégie digitale cohérente de son entreprise sur les réseaux sociaux. Exercice individuel pour son entreprise.

4ème demi-journée :

Prospecter et fidéliser sur les réseaux sociaux. Savoir recruter sur les réseaux sociaux. Risques juridiques et chartes de bonnes pratiques.

METHODE ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Méthode heuristique, applicative et démonstrative avec une place importante à l'expérimentation et l'échange entre stagiaire.

Utilisation individuelle d'une tablette numérique IPAD connectée internet et sur les différents réseaux sociaux. TWITTER interne durant la formation.

PRE-REQUIS

Utilisation d'internet