

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Réseaux sociaux : comment bâtir et optimiser son plan d'action ?

Objectif de la formation

Objectifs

- Savoir bâtir ou optimiser votre stratégie sociale ou votre plan d'action
- Optimiser vos pratiques de Community Management pour mieux animer vos communauté
- Savoir bâtir des opérations efficaces, générer des leads, améliorer votre ROI
- Obtenir des clés pour faire du Social un levier stratégique et tactique puissant pour votre entreprise

A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne étant amenée à intégrer les Réseaux Sociaux dans ses stratégies et plans d'action ainsi qu'aux managers étant amenés à piloter des actions sociales ou des agences digitales. Les personnes intervenant dans des secteurs "sensibles" sont également concernées pour mieux comprendre les Progression pédagogique Réseaux Sociaux. Cette formation s'adresse à toute personne étant amenée à intégrer les Réseaux Sociaux dans ses stratégies et plans d'action ainsi qu'aux managers étant amenés à piloter des actions sociales ou des agences digitales. Les personnes intervenant dans des secteurs "sensibles" sont également concernées pour mieux comprendre les dynamiques et opportunités des Réseaux Sociaux.

- Quelques vidéos autour du social
- Le poids du social Marketing dans les investissements publicitaires
- Social & Engagement

2. Comment le Social impacte sur les plans d'action des marques

- Le Social mobile
- Le règne de l'image
- Les nouveaux contenus à l'ère des adblockers (inbound, formats..)
- Les nouvelles règles des Contenus : inbound marketing, images...
- Social selling, engagement

3. Bâtir et optimiser sa stratégie sociale grand public

- Les 3 étapes pour bâtir sa stratégie
- Comment choisir son architecture sociale : quelles plateformes ?
- Comment identifier ses cibles et leurs attentes ?
- Repérer ses influenceurs ?
- Quels objectifs sociaux poursuivre ?
- Définir son angle éditorial et sa tonalité
- Quel type de contenus ?...et bonnes pratiques
- Le Social Marketing : partageons la vision de Coca-Cola !
- *Cas Pratique : Je bâtis ma stratégie Sociale*

4. Quelle plateforme choisir ?

- Focus sur Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Snapchat!
- Pour chacune, nous découvrirons :
 - Les principales fonctionnalités des plateformes
 - Les leviers publicitaires principaux : Quelques cas d'utilisations nouvelles de ces réseaux par les marques
 - Les bonnes pratiques
- *Cas Pratique : Quelles plateformes retenir pour la présence sociale de votre marque ?*

5. Comment développer l'engagement et atteindre ses objectifs sociaux ?

- Quelle organisation interne mettre en place ?
- Community Manager : quelles missions, quelle organisation ?
- Bonnes pratiques du CM :
 - Vision d'architecture sociale...l'exemple d'un de nos clients
 - Les Bonnes Pratiques : développer la communauté, Twitter, Youtube, Pinterest...le cas d'un de nos clients
 - La trousse à outils du CM
- Quels KPIs pour piloter son Social Marketing ?

6. Piloter sa réputation online

- Comment se développe une crise online ?
- Qu'est-ce que la e-Réputation ?
- Présentation d'un outil de référence de monitoring de e-Réputation

La formation sera animée par Pierre Bizollon

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.