

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**.