

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

## Définir une stratégie de buzz marketing sur les réseaux sociaux

### Objectif de la formation

- Fournir les clés pour définir une stratégie de buzz marketing adaptée à ses objectifs et à ses moyens
- Apporter des conseils opérationnels pour monter l'opération
- Maximiser son succès
- Analyser les remontées
- Faire face au "bad buzz"

### Progression pédagogique :

#### 1. Introduction : les réseaux sociaux

Le bouche à oreille, technique "ancestrale" de communication, trouve une nouvelle puissance grâce à l'avènement des réseaux sociaux. Comment le Web et le Web social bouleversent la communication des entreprises ? Comment gérer ce changement majeur ?

#### 2. Cartographie du marketing viral : les différents types d'opérations

- Choisir le bon concept en fonction de sa problématique marketing, de ses objectifs (notoriété, image, trafic, recrutement clients, fidélisation, qualification de bases de données, sensibilisation, repositionnement) :
  - Jeux concours
  - Vidéos virales
  - Mécaniques ludiques
  - Teasing/révélation
  - Opérations participatives : UGC, personnalisation sociale
  - Mécaniques communautaires : crowdsourcing
  - Street et guérilla marketing.
- De l'idée à sa mise en pratique :
  - Le budget à prévoir suivant le type d'opération
  - Les contraintes de mise en place

#### 3. Intégrer les réseaux sociaux dans ses opérations de marketing digital

- Bâtir un écosystème qui facilite la diffusion de ses messages
  - Connaître les subtilités des principales plates-formes sociales et bien les utiliser : Facebook, Twitter, YouTube, Dailymotion, Wordpress, Tumblr, Viadeo, LinkedIn, Instagram, Pinterest, etc.
  - Optimiser les passerelles entre les plates-formes
  - Optimiser le partage social de ses contenus

#### 4. Engager son audience et créer un dialogue positif pour sa marque

- Engager son audience et créer un dialogue positif pour sa marque
  - Organiser et gérer de manière efficace son community management
  - e-Veille et e-influence : identifier les communautés de fans, les communautés de détracteurs
  - Générer des recommandations

- Bad buzz : comment le gérer
  - S'y préparer
  - Gérer les signaux faibles : comment savoir s'il faut intervenir
  - Techniques d'interventions : réponse directe, réponse indirecte, réponse corporate, flooding...

## 5. Analyser les retombées

- Les statistiques :
  - Les indicateurs clés de performance (KPI) sur les réseaux sociaux
  - Méthodes pour estimer le ROI des opérations
- Mesure de l'impact d'un verbatim sur les réseaux sociaux :
  - Articles, billets de blogs, commentaires : note d'impact
  - Impact d'influenceurs : score Klout, autres indicateurs.

La formation sera animée par Laurent Laforge

## 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 **7 heures**.