

## Intégrer les médias sociaux à sa stratégie marketing

 <b>Durée</b>	2 Jours - (16 Heures)	 <b>Modalité d'accès</b>	Aucun
 <b>Pré-requis</b>	Il est conseillé d'avoir des connaissances de l'environnement Windows ou Mac	 <b>Date</b>	Voir convention
 <b>Public</b>	Toute personne débutant désirant s'initier au web et réseaux sociaux	 <b>Lieu</b>	INTRA
 <b>Intervenants</b>	Formateur issu de la bureautique, communication et/ou webmarketing	 <b>Délai d'accès</b>	Définir avec l'entreprise
 <b>Nb participants</b>	1 à 5	 <b>Accessibilité</b>	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 <b>Prix</b>	Voir convention	 <b>Obligations réglementaires</b>	Aucune

### Méthode pédagogique :

Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

### Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie

### Outil pédagogique :

Supports papiers

### Validation :

Attestation de fin de stage

## OBJECTIF

Acquérir une méthode et des outils opérationnels pour développer sa stratégie marketing sur les médias sociaux. - S'approprier les mécanismes des médias sociaux pour écouter, recruter et fidéliser ses clients. - Intégrer les spécificités des médias sociaux pour développer ses communautés et ses produits.

## PROGRAMME

### JOUR 1 :

#### La stratégie marketing à l'heure des médias sociaux

- Panorama des médias sociaux : cartographie des réseaux sociaux, blogs et forums
- Usages et attitudes des consommateurs internautes
- Rôle du Social Media Manager et les défis du multicanal

#### Construire sa stratégie marketing sur les médias sociaux

- Enjeux et objectifs pour la marque : notoriété & image sur les médias sociaux
- Enjeux et objectifs de marketing relationnel sur les médias sociaux : acquisition & fidélisation
- Enjeux et objectifs de croissance : création de trafic & ventes
- Impact des médias sociaux sur la segmentation

#### Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux

- Les réseaux grands publics à usage professionnels (Facebook, Twitter, MySpace)
- Les réseaux exclusivement professionnels (Viadeo, LinkedIn...)
- Veille et e-réputation de marque
- Les influenceurs : les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre
- Marketing participatif : les facteurs clés de succès de la co-création

- Les outils de mesure : ROI, KPI
- Le tableau de bord social média
- Le plan marketing social média

### JOUR 2 :

#### Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux

- Découvrir et se repérer dans l'interface (Viadeo, LinkedIn, Facebook.)
- S'inscrire, se créer un compte professionnel ou personnel
- Optimiser son profil
- Personnaliser sa page (photos, contenus)
- Définir ses paramètres de confidentialités
- Etablir des contacts

#### Prospecter, conquérir et fidéliser sur les médias sociaux

- Les meilleurs médias sociaux pour prospecter, conquérir ou fidéliser.
- Les étapes clés d'une démarche opérationnelle : objectifs, cibles, médias sociaux et KPI
- Construction des programmes de conquête et de fidélisation : stratégie et plan d'action

#### Mesurer ses actions sur les médias sociaux