

# Médias sociaux : stratégies et tendances

**BEST  
OF**

## PROGRAMME

### JOUR 1

*Introduction : les enjeux de l'influence*

#### 1. Analyser l'efficacité et la pertinence de sa présence sociale

- Analyser ses choix : média, contenu, KPI
- Quels KPI par format et objectif ?
- L'engagement : le saint Graal ?
- Le reach de Facebook
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie sociale

**Atelier :** mettre en place un dashboard social

#### 2. Choisir ses plateformes

- Définir ses cibles
- Les audiences et profils par réseau
- Facebook est-il mort ?
- Atelier :** les fonctionnalités par plateforme
- Zoom sur les plateformes de messaging
- Zoom sur les usages des moins de 25 ans
- Les plateformes émergentes

### JOUR 2

#### 3. Définir l'objectif de son influence : de l'audience à la réputation

- Identifier ses communautés et leurs centres d'intérêt
- Analyser sa réputation
- Atelier :** mettre en place une veille automatique sur sa marque / ses produits
- Identifier et approcher ses influenceurs

#### 4. Content marketing

- Définir sa tonalité éditoriale
- L'enjeu de l'image et video marketing
- Tonalité et bonnes pratiques de publication
- Atelier :** fonctionnement des stories
- Panorama des bonnes pratiques de marque

### JOUR 3

#### 5. Social ads : une réponse court-termiste à la dépublicitarisation ?

- Les formats des social ads
- Le fonctionnement de la publicité programmatique
- Atelier :** ultra-ciblage et lookalike
- Efficacité digitale : social ads vs search ?

#### 6. Le social comme vecteur de vente

- De la réputation à la prescription
- Social et commerce (chatbot)
- Atelier :** social selling
- Social CRM et fidélisation
- Atelier :** dresser la feuille de route de ses leviers d'optimisation social media

*Conclusion et évaluation*

## DESCRIPTION

Une formation de trois jours pour mettre en place, alimenter et optimiser une stratégie social media

## COMPÉTENCES VISÉES

- Analyser et optimiser la pertinence de sa stratégie social media
- Définir le cadre stratégique de sa présence sur les médias sociaux
- Choisir les bonnes plateformes et déployer sa présence entre carrefour d'audiences et micro-influence

## PUBLIC

Tout public

## BLENDED LEARNING

Un parcours elearning vous sera proposé en amont de la formation (2H)

## DURÉE

3 jours / 23 heures - 9h00 / 17h45

## TARIF

2 690 euros HT

## INTERVENANTS

**Bertrand LAISNÉ**, Fondateur - Continent Digital  
**Alexandre VENTADOUR**, Fondateur - Complay (anciennement Facebook)

## DATES

Du 4 au 6 mars 2019  
Du 20 au 22 mai 2019  
Du 30 au 2 octobre 2019  
Du 16 au 18 décembre 2019

