

**MEDIA  
INSTITUTE**

éligible au  
 **CPF**



**MÉDIAS SOCIAUX**

**CERTIFICATION**

**Formation présentielle et elearning**

# Médias sociaux, contenu de marque et influence marketing

## objectifs

Cette certification vise à rendre autonome et à renforcer l'expertise des professionnels du marketing sur tous les pans de la stratégie social media d'une entreprise.

De l'audit d'une stratégie social media à l'optimisation des investissements, les participants vont balayer l'ensemble des leviers liés à une communication adaptée au nouveau parcours client et manipuler les principaux outils métiers (modération, social ads, publictation, veille, etc).

La certification vient valider devant un jury de professionnels (agence & annonceur) les compétences suivantes :

- Être en mesure de proposer de manière autonome une stratégie social media adaptée à sa marque,
- Choisir les bonnes plateformes correspondant à ses objectifs et ses cibles,
- Organiser la production et/ou la médiatisation du contenu de marque,
- Faire des médias sociaux un relai de croissance pour la marque et ses produits
- Mesurer et optimiser ses investissements social media

## public

Toute personne souhaitant optimiser et certifier ses compétences sur les médias sociaux et la création/diffusion de contenu de marque

## la formatrice référente

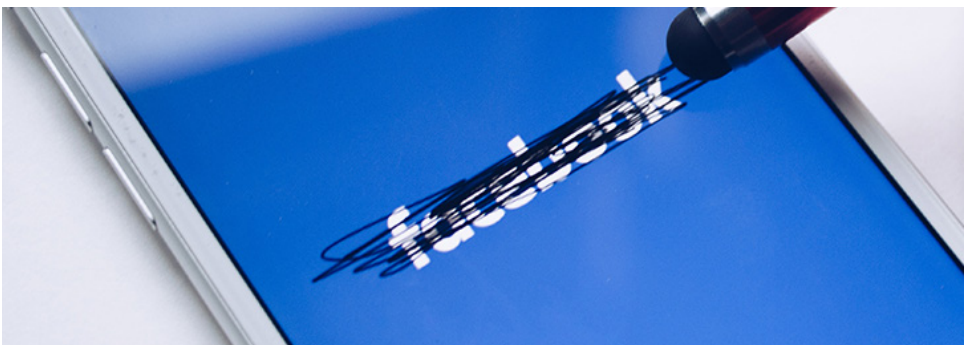


**Delphine RAULT**, Professeur au groupe INSEEC.

Ses domaines d'expertise :

Aider les entreprises à mettre en place les outils et process pour communiquer de façon efficace sur les réseaux sociaux via :

- Stratégie sociale : choix des objectifs, KPI et plateformes adéquates à la cible et aux enjeux des clients
- Veille e-reputation : set-up des outils, rédaction de rapports e-reputation et des alertes
- Stratégie de contenus : élaboration de calendrier éditorial, gestion de projets sur contenus vidéos, advergaming
- Stratégie e-RP : accompagnement de la marque et de ses représentants pour construire son réseau et obtenir des retombées auprès d'influenceurs
- CRM/PRM adaptés au community management
- Amplification : accompagnement des marques sur création de campagnes « social ads » avec conseil sur le ciblage et le format des publicités.



# programme

## STRATÉGIE SOCIAL MEDIA (J1)

- Présentation du certificat et des modalités d'évaluation
- Adblock et dépublicitarisation
- L'importance du SMO dans la visibilité d'une marque
- Quiz interactif : le vocabulaire social
- Risques et opportunités d'une présence sociale
- Le poids des usages digitaux et sociaux (et les spécificités par zone)
- Les rôles de la réputation et du social dans les parcours d'achat
- Atelier : audit de sa stratégie existante
  - Les étapes-clés d'une stratégie social media performante
- Atelier : élaborer un brief (objectif / levier / KPI)
- Best practices : stratégies sociales

## PANORAMA DES PLATEFORMES (J2)

- Quiz interactif : les plateformes du social
- Atelier : définir ses cibles
  - Typologies d'audience par plateforme
  - Cartographier les centres d'intérêts de ses cibles, ambassadeurs et influenceurs
  - De l'audience à la communauté
- Ateliers : prise en main avancée des principales plateformes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, Twitter)
- Focus sur les plateformes du social selling

## LES OUTILS DE VEILLE, DE MODÉRATION ET D'AMPLIFICATION SOCIALE (J3)

- Atelier : paramétrage d'outils de veille
  - Les composantes de l'e-réputation
  - E-réputation et social listening
  - Développement des avis client
  - L'employee advocacy
  - La gestion de crise
  - Best practices engagement et e-influence
  - Poster pour engager et/ou être partagé
- Atelier : la boîte à outil des règles de post (charte, ton, longueur, illustration, actualité)

## CONTENT MARKETING ET OUTILS DE PRODUCTION ET DE PUBLICATION (J4)

- Communiquer sur les médias sociaux, un changement de posture
- Penser cible et centres d'intérêt avant de penser message
- Les grands formats d'expression par plateforme
- Focus sur les Stories et la vidéo courte
- Les tendances créatives émergentes
- Atelier : paramétrage d'outils de production de contenu (vidéo, gif, image)
- Nourrir ses contenus grâce au social listening
- Etablir un calendrier éditorial
- Atelier : serious game newsjacking
- Etablir une typologie de contenus disponibles
- Zoom sur les guidelines
- Atelier : paramétrage d'outils de publication

## PUBLICITÉ SUR LES MÉDIAS SOCIAUX ET RELATION INFLUENCEURS (J5)

- Définir ses objectifs et cibles du paid social
- Définir un budget
- Formats créatifs
- Typologies des ciblage disponibles et fonctionnement de l'achat programmatique
- Panorama et choix des plateformes de social ads
- Adapter ses contenus avant diffusion publicitaire ?
- Atelier : paramétrage avancé des plateformes principales des social ads (Facebook/ Instagram, Snapchat, Twitter, Whatsapp)
- Best practices des relations marques / influenceurs
- La transparence comme seule boussole
- Le cadre légal et contractuel
- De la macro à la micro-influence

## DASHBOARD ANALYTICS ET CERTIFICATION (J6)

- Définir ses KPI selon ses objectifs
- L'engagement est-il le saint graal ?
- Mesurer les retombées de ses actions : choisir les informations utiles
- Atelier : produire un dashboard synthétique opérationnel
- Mesurer ses retours et entrer dans une logique itérative
- Certification : recommandation stratégique social media et analyse d'un dashboard type.

# VOUS INSCRIRE

## Thomas MUTTE

inscription@mediainstitute.eu // 01 43 12 15 28



1. Téléchargez notre bulletin d'inscription sur [www.media-institute.com](http://www.media-institute.com), dans la rubrique Formation courte / Pour vous inscrire
2. Envoyez-le complété par :
  - E-mail sur [inscription@mediainstitute.eu](mailto:inscription@mediainstitute.eu)
  - Ou par courrier à Media Institute, Thomas Mutte, 21 rue Auber 75009 Paris

## TARIF & FINANCEMENT (CPF)



5 900e HT - Possibilité de la faire financer au titre du CPF\* (Compte Personnel de Formation). Contactez-nous pour plus d'information.

\* Formation éligible au CPF 'Intégrer le digital dans sa stratégie marketing et communication, code 236256.



## Validation du certificat



À l'issue de la formation, une recommandation stratégique social media et l'analyse d'un bilan sont à préparer et à soutenir devant un jury.

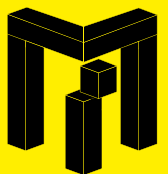
Sa validation donne lieu à une certification de la Fédération de la Formation Professionnelle (CP FFP).

Media Institute est une association loi 1901 créée en 2000 à l'initiative de sociétés soucieuses de mettre en commun et de rendre pérenne l'expertise marketing et média indépendante. Depuis, ces membres fondateurs ont été rejoints par de nombreuses structures qui s'associent à cette démarche qualité de long terme.

francetvpublicité

HAVAS MEDIA

CMmedia



21 rue Auber - 75009 Paris  
Tél. 01 43 12 15 20  
[contact@mediainstitute.eu](mailto:contact@mediainstitute.eu)  
[WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM](http://WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM)

**MEDIA  
INSTITUTE**