

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Maîtriser le panorama social media et les grands enjeux d'une communication adaptée au BtoB

- Quelques chiffres généraux BtoB social media
- Panorama des réseaux adaptés BtoB
- Focus sur LinkedIn
- Quels sont les codes de communication en BtoB
- L'apport stratégique de long terme du personal branding

2. Adopter une communication BtoB

- Les formats de contenus à valoriser
- Mettre en place une stratégie de communication BtoB (ligne éditoriale et stratégie de contenu)
- Mesurer les performances de ses prises de parole professionnelle

Atelier : analyse de campagnes BtoB

3. Lancer des campagnes publicitaires pour une cible BtoB

- Comment créer des campagnes paid BtoB (outils, fonctionnement, structure, budget, durée, audiences)
- Choisir ses plateformes social media
- Mesurer les performances de ses campagnes ads sur BtoB (sélection, extraction et analyse)

Atelier : prise de brief et création d'une campagne social media BtoB (light)

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour faire le tour des bonnes pratiques, formats et retours d'expériences sur les plateformes sociales adaptées ou dédiées à la cible B-to-B

COMPÉTENCES VISÉES

- Comprendre l'approche social media spécifique à la cible BtoB
- Mettre en place une stratégie éditoriale et de contenu adaptée
- Gérer et analyser les résultats générés pour développer son business

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Mises en situation, Ateliers interactifs, Cours

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 190 euros HT

INTERVENANT

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

EN PLACE OU À DISTANCE



Photo par Nathan Dumlao sur Shutterstock