

certificat médias sociaux

new

DESCRIPTION

Ce certificat a pour objectif de valider vos compétences social media et à vous rendre autonome sur tous les pans (marketing, communication, commercial) de la stratégie social media d'une entreprise

COMPÉTENCES VISÉES

- Créer ou optimiser sa présence de marque sur les plateformes sociales les plus adaptées pour accroître vos ventes ou la visibilité de votre marque
- Toucher de nouveaux prospects et animer sa communauté clients autour de la vie de sa marque et de ses produits
- Optimiser ses investissements pour adapter sa stratégie social media et content marketing à la taille de son entreprise

PUBLIC

Le public concerné est large car il rassemble toute personne amenée à utiliser les canaux digitaux pour communiquer sur un produit, un service ou une entreprise quelle que soit sa taille (grands groupes, TPE, PME, indépendants), ou distribuer et vendre ce produit.

PRÉ-REQUIS

Bac+3 (communication, marketing, études, commerce) ou expérience à un poste marketing ou digital de plus de 2 ans.

DURÉE

5 jours / 35 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

Tarif : 4000 € HT

COORDINATEUR PÉDAGOGIQUE

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Ateliers pratiques
- Vérification de la maîtrise des apports notionnels via quiz et remédiation
- Certification finale portant sur l'orchestration des moyens digitaux dans une stratégie marketing et communication

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- En présentiel sur Paris (5 jours pleins)

 **SUR PLACE OU À DISTANCE** 

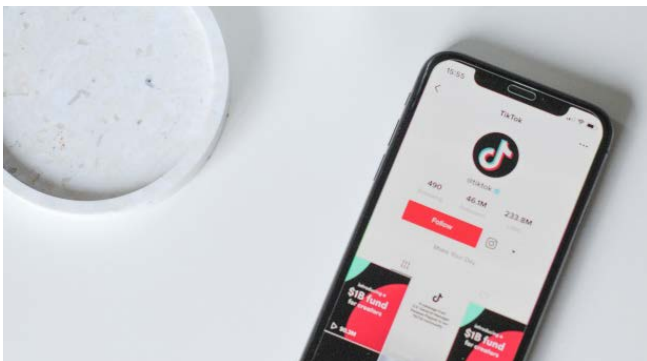


Photo par helloimnik sur Unsplash

Boostez votre visibilité et vos ventes grâce aux médias sociaux



Programme

Jour 1 : Auditer ou élaborer sa stratégie social media et adapter / créer ses présences sur les médias sociaux

- Analyse de best cases, analyse d'échecs
- Définir des objectifs clairs et mesurables
- Définir sa cible
- Analyser la concurrence et positionner sa marque sur les réseaux
- Les spécificités du B to B
- Définir les KPI, metrics et retombées attendues

Atelier : développer un plan d'action détaillé

Jour 2 : Maîtriser les principaux réseaux sociaux adaptés à vos prospects / clients

- Atelier :** mapping des plateformes social media par audience, usage consommateur et objectif marketing
- Prise en main des principales plateformes : univers Meta (Facebook, Instagram, Messenger), TikTok, Snapchat, YouTube, LinkedIn
 - Tour d'horizon sur les plateformes émergentes

Atelier : création d'une page entreprise sur la plateforme de son choix

Jour 3 : Créer du contenu pour être visible, engager et vendre

- Comment les algorithmes déterminent la visibilité des contenus
- Les facteurs influençant l'engagement, la portée, le référencement

Atelier : mapping des formats créatifs à disposition et conseil de création de contenu (texte, image, infographie, vidéo, live, sondage, jeux ...)

Atelier : création de contenu sur Canva et création de contenu assisté par intelligence artificielle (IAG)

Déterminer sa ligne éditoriale et sa tonalité pour des posts engageants
Comment gagner en créativité : les bases du storytelling

Atelier : élaborer un calendrier de publication et programmer ses posts

Jour 4 : Booster son trafic et ses ventes grâce au social paid (publicité sur les réseaux sociaux)

- La visibilité naturelle des posts en 2025
- Possibilité de ciblage et audience

Atelier : simulation de ciblage dans Facebook Ads Manager

Atelier : conception et rédaction des annonces

- A/B testing et optimisation des campagnes

Atelier : création et lancement d'une campagne publicitaire sur Instagram

- Analyser ses performances (ROAS), ajustement en temps réel

Jour 5 : Créer, élargir, animer et fidéliser sa communauté de clients et de prospects

Atelier : identifier les attentes de ses clients et leurs centres d'intérêt

- Identifier des ambassadeurs relais
- Faire grandir sa communauté
- Influence marketing, pour quelle taille d'entreprise ?

- Prise en main des plateformes de gestion (ex : Hootsuite, Buffer)

- Les stratégies d'engagement et de fidélisation

- Gérer sa réputation et s'appuyer sur les mentions et les commentaires

- Personnalisation et automatisation de la relation client

Atelier : créer un scénario social CRM adapté à son secteur et sa clientèle