

THÉORIE ET PRATIQUE – 2 JOURS

OPTIMISER SA STRATÉGIE MARKETING GRÂCE AUX MÉDIAS SOCIAUX

PUBLIC : PORTEURS DE PROJET, CHEF D'ENTREPRISE, DOCTORANTS ET DIPLÔMÉS DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

Les médias sociaux font partie de notre quotidien depuis ces dernières années, et tendent à remplacer le terme Web 2.0. Ils s'inscrivent dans une logique de collaboration en ligne et d'intelligence collective, en intégrant la technologie, l'interaction sociale et la création de contenu. Les marketeurs les utilisent de plus en plus dans leur stratégie et les exploitent en tenant compte des différentes caractéristiques des médias, afin d'optimiser l'efficacité des actions menées. Le marketing des médias sociaux amènent à plusieurs objectifs et intérêts, impliquant différentes stratégies, une approche qui compte de multiples bénéfices, mais qui a également ses limites.

SIÈGE ET ADMINISTRATION

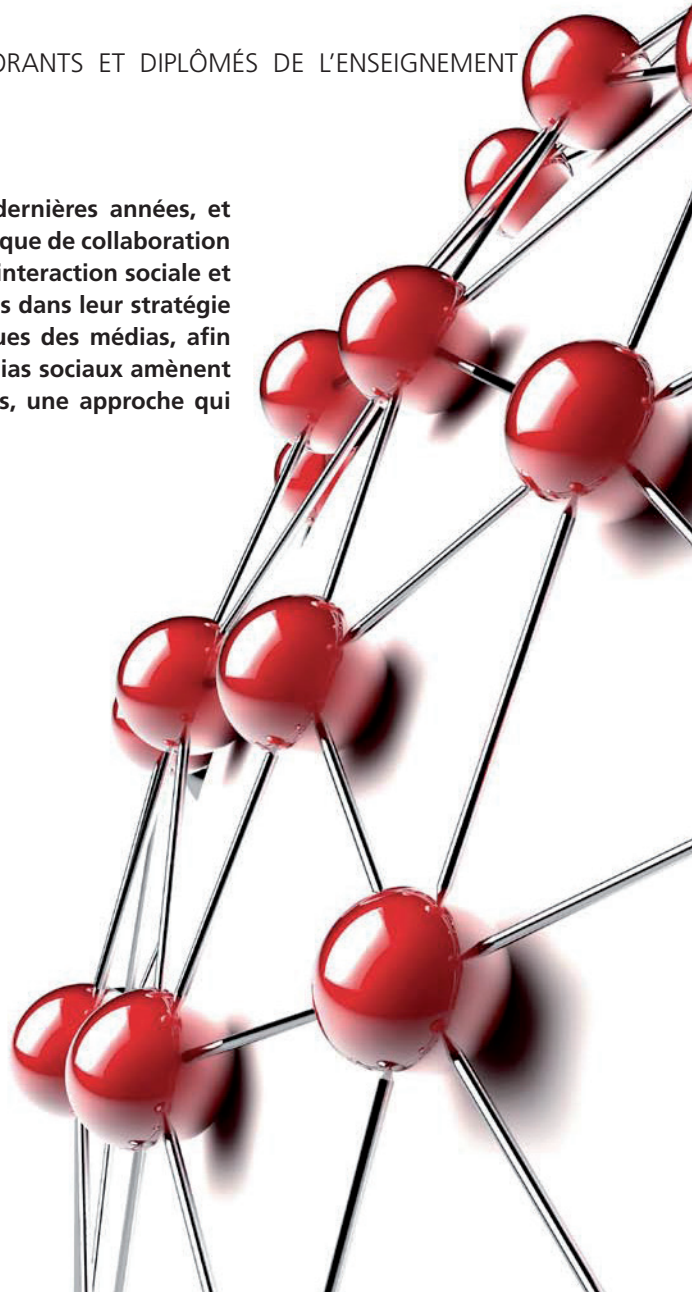
12 rue Bellevue
68400 RIEDISHEIM FRANCE

TÉL. FRANCE +33 (0)6 23 63 27 90
TÉL. OCÉAN INDIEN +262 (0) 693 33 40 00
TÉL. ANTILLES +590 (0) 690 45 09 90
EMAIL contact@emcmagile.com

CABINETS

PARIS av. des Champs Elysées
STRASBOURG av. de la Marseillaise

www.emcmagile.com



PROGRAMME PEDAGOGIQUE

Conforme à la législation de la Formation Professionnelle Continue

— INTITULE DE L'ACTION

- › **Optimiser sa stratégie marketing grâce aux médias sociaux.** 2 jours – Théorie et pratique.

— PUBLIC CONCERNE

- › Porteurs de projet,
- › Chef d'entreprise.
- › Doctorants et diplômés de l'enseignement supérieur.

— PREREQUIS & CONDITIONS D'ADMISSION

- › Aucun.

— OBJECTIFS

Cette formation vous permettra d'être capable de :

- › **Comprendre l'importance du social média.**
- › **Savoir comment ca fonctionne.**
- › **Créer sa communauté.**
- › **Définir les meilleurs outils pour sa structure.**
- › **Apprendre à mesurer et contrôler ses résultats.**

— ÉVALUATION ET SUIVI

- › Feuilles d'émargement
- › Evaluation.

— MOYENS PÉDAGOGIQUES

- › **Rétroprojecteur.**
- › **Support de cours papier.**
- › **Modèles de documents types.**
- › **Exercices sur supports papier.**

— DURÉE

- › **14H00 réparties sur 2 journées.**



PROGRAMME PEDAGOGIQUE

Conforme à la législation de la Formation Professionnelle Continue

CONTENU DETAILLE DES 14 HEURES

› 1^{ère} journée

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.

2/ Construire sa stratégie marketing sur les médias sociaux.

Enjeux et objectifs pour la marque : notoriété & image sur les médias sociaux.

Le *Brand Content* : assoir la crédibilité de la marque. Savoir se brander.

Le défi du marketing relationnel sur les médias sociaux : Enjeux et objectifs.

Enjeux et objectifs de croissance : création de trafic, de leads et développement des ventes.

3/ Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux.

Développer la participation d'une communauté 2.0.

Être en veille et développer sa e-réputation de marque.

Les influenceurs : savoir les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre.

Le défi du marketing participatif : les clés du succès de la co-création.

› 2^{ème} journée

4/ Prospector, conquérir et fidéliser sur les médias sociaux.

Les meilleurs médias sociaux pour prospector, conquérir ou fidéliser : blog, Facebook et LinkedIn et autres.

Les étapes clés d'une démarche opérationnelle : objectifs, cibles, médias sociaux et KPI.

5/ Mesurer ses actions sur les médias sociaux

Les outils de mesure : ROI, KPI ...

Le tableau de bord et le plan marketing Social Media.

— QUELQUES REFERENCES

