

FORMATION MAÎTRISER LES MÉDIAS SOCIAUX – LES FONDAMENTAUX



- Présentiel ou distanciel
- Paris, France ou International
- 14 heures soit deux journées
- Inter, intra, sur étagère
- 3 à 12 personnes
- À partir de 830€ HT / pers. / jour
- Référence 20200795

Objectifs

- Maîtriser la vision d'ensemble de l'écosystème social media
- Identifier ses cibles et investir les bons réseaux sociaux pour gagner en visibilité
- Connaître les modes opératoires de chaque plateforme
- Se familiariser avec les leviers marketing : brand content, mesure des performances, etc.

Prérequis de la formation

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse aux Responsables E-Marketing, Responsables marketing, Chargé(e)s de communication, Chefs de produits, Responsables e-commerce, Responsables des relations extérieures, Responsables relations presse, Attachés de presse et toute personne désirant se familiariser avec les médias sociaux.

Pour toutes personnes en situation d'handicap, veuillez nous contacter

Présentation

Les médias sociaux sont devenus des médias à part entière. Facebook, Instagram, X (ex-Twitter), YouTube, ... c'est sur ces plateformes que des centaines de millions d'individus échangent quotidiennement, tant pour un usage privé que professionnel ou commercial.

Nombreux et divers, les connaissez-vous vraiment ?
Maîtrisez-vous leurs usages ?

Cette formation vous permettra de faire le point sur ces nouveaux outils et d'en comprendre l'intérêt et pour définir une stratégie gagnante sur les réseaux sociaux.

Formateur

Notre formatrice, experte des médias sociaux, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 5 ans.



Digital Academy
17 rue du Faubourg Montmartre
75009 Paris

09 77 21 53 21 appel non surtaxé
du lundi au vendredi de 9h30 à 18h
contact@digitalacademy.fr

Programme

Panorama des Médias Sociaux en 2025

- Analyse des plateformes dominantes et émergentes : fonctionnalités, audiences et opportunités pour les marques
- Étude des tendances actuelles en matière de consommation de contenu et de comportements des utilisateurs sur : Facebook, X (ex-Twitter), Pinterest, Tiktok, Instagram, Snapchat, LinkedIn.
- Cas d'utilisation innovants par les marques pour engager leur audience.
- Atelier : Analyse de deux cas exemplaires de stratégie de marque sur les médias sociaux + création pas à pas de comptes de marque sur les réseaux sociaux

Définir une stratégie social media performante

- Fixation d'objectifs SMART adaptés aux réalités du marché actuel.
- Identification des ressources nécessaires pour le déploiement efficace de la stratégie.
- Segmentation précise des audiences cibles et choix des plateformes appropriées.
- Élaboration d'une proposition de valeur différenciante pour capter l'attention.

- Atelier pratique : Diagnostic de la présence actuelle sur les réseaux sociaux et définition d'objectifs stratégiques.

Déployer une stratégie social media efficace

- Création de plannings éditoriaux dynamiques intégrant des formats innovants (vidéos courtes, stories interactives, podcasts, etc.).
- Utilisation des outils de gestion des réseaux sociaux pour planifier et automatiser les publications.
- Gestion proactive de la communauté : modération, réponses aux interactions et gestion de la réputation en ligne.
- Atelier pratique : Élaboration d'un planning éditorial

Mesurer et optimiser la performance sur les Réseaux Sociaux

- Définition des indicateurs clés de performance (KPI) pertinents pour évaluer l'efficacité des actions.
- Utilisation d'outils d'analyse pour collecter et interpréter les données des campagnes.
- Techniques d'optimisation basées sur les retours d'expérience et les données analytiques.

- Rapportage et communication des résultats aux parties prenantes.
- Atelier pratique : Analyse de cas concrets et exercices d'interprétation de données pour ajuster les stratégies.

Approfondissement : tendances et innovations en Social Media

- Exploration des nouvelles fonctionnalités des plateformes sociales et de leur potentiel pour les marques.
- Impact de l'intelligence artificielle et de la réalité augmentée sur les stratégies social media.
- Stratégies de contenu généré par les utilisateurs (UGC) et leur intégration dans la communication de marque.
- Approches éthiques et responsables dans l'utilisation des données des utilisateurs.
- Atelier pratique : Brainstorming sur l'intégration des tendances émergentes dans la stratégie social media..

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Cette formation est composée d'exposés et de cas pratiques, de mises en situation, d'exercices, de partages d'expériences et de bonnes pratiques.

Quelles sont les modalités d'évaluation ?

Cette formation est évaluée par : une évaluation des acquis en amont via un questionnaire d'auto-positionnement et une évaluation en aval via une étude de cas en fin de formation

Version 10, mise à jour le 11 juin 2024

Vous avez des questions
sur cette formation ?

Nos conseillers vous répondent au :

09 77 21 53 21

appel non surtaxé du lundi
au vendredi de 9h30 à 18h

ou par email

contact@digitalacademy.fr