LES RESEAUX SOCIAUX- Durée 14h

OBJECTIFS

- Mieux comprendre les réseaux sociaux
- Acquérir une méthode et des outils opérationnels pour développer sa stratégie marketing sur les médias sociaux

PUBLIC CIBLE

- Responsable webmarketing, webmarketeur, chef de produit

PRE-REQUIS

- Connaitre de base du WEB

PROGRAMME

Vue d'ensemble des réseaux sociaux

- Connaître l'usage des réseaux sociaux à la Réunion
- Comprendre le métier Community Manager

Définir une stratégie

- Établir une matrice SWOT de son projet
- Construire sa ou ses cibles marketing
- Définir ses objectifs pour sa présence sur les réseaux sociaux
- Élaborer une ligne éditoriale
- Concevoir du contenu
- Construire un planning éditorial

Quels réseaux choisir ?

- Facebook : Le 1er réseau social au monde pour les particuliers
- LinkedIn : Le 1er réseau pour les professionnels
- Instagram : Le réseau social référent de l'image
- Twitter : Le 1er diffuseur d'actualités au monde

Les outils du Community Manager

- Pour chercher des visuels
- Pour faire de la veille
- Pour programmer les publications
- Pour s'organiser

Mesurer l'efficacité d'un réseau social

- ❍ Comprendre les statistiques
- ❍ Faire un reporting

MOYENS TECHNIQUES ET HUMAINS :

- ❍ Intervenant : Formateur Professionnel
- ❍ Mobilisation des outils et auxiliaires utiles : paperboard, vidéoprojecteur…
- ❍ Possibilité de mettre à disposition des PC portables pour les stagiaires

METHODES PEDAGOGIQUES MOBILISEES :

- ❍ Alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et actives
- ❍ Ressources de type formatives, évaluatives, de synthèses, de soutien, de mémorisation…
- ❍ Utilisation de Padlet

MODALITES D'EVALUATION :

- Des acquis
  - ❍ Fiche de renseignements en amont et questions
  - ❍ Evaluations formatives réalisées à l'aide de grilles critériées ;
  - ❍ Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation
  - ❍ Evaluation différée
- Evaluation satisfaction

- Rédaction d'un bilan d'action remis au commanditaire en cas de formation intra-entreprise