

Comprendre les **médias & réseaux sociaux** pour définir sa **stratégie Digital Marketing**



Toutes entreprises, association ou administration, quelque-soit son offre (produit et/ou services) et sa « clientèle » (b2c, b2b, citoyens) doit développer son CA ou son leadership. Depuis la naissance de Facebook (2004) et YouTube (2005) 2 acteurs majeurs du web 2.0, aucun métier n'échappe à la révolution numérique. La socialisation humaine en est bouleversée - pour le meilleur et malheureusement pour le pire - au point de créer une rupture majeure entre ceux qui en sont et ceux qui n'en sont pas. S'approprier le web 2.0 devient un enjeu majeur pour tous : personnes, entreprises, administrations et associations.

Objectifs formation

Comprendre les enjeux et intérêts des médias et réseaux sociaux ;

Maîtriser les fondamentaux des réseaux et médias sociaux majeurs ;

S'approprier les usages des médias et réseaux sociaux ;

Définir la stratégie digital marketing de l'entreprise

Public cible

Toutes personnes concernées directement ou indirectement par l'utilisation des réseaux sociaux à titre professionnel.

efficaciTIC

organisme de formation référencé
n° 11 78 80172 78



▶ **Méthodes et moyens pédagogiques**

Support de formation PowerPoint (avec copie pdf : slides + explications)

Applications & utilisations en grandeur réelle

Cas appliqué pour initialiser la construction de votre stratégie digital marketing

▶ **Public**

Tous publics, plus particulièrement : dirigeants, directeurs commerciaux, directeurs marketing, responsables communication, chefs de services, managers, commerciaux, DRH, assistantes, responsables recrutement, webmaster.

▶ **Prérequis**

Savoir utiliser la navigation web et le moteur de recherche Google ;

Il est recommandé de participer avec son PC pour les utilisateurs qui ont déjà créé leur compte sur une des 4 réseaux sociaux majeurs : Facebook, Google+, LinkedIn ou Twitter.

▶ **Réalisation / durée de cette formation en présentiel ou à distance**

Cette formation peut être réalisée en **présentiel intra-entreprise** (1 journée) ou en formation **individuelle personnalisée à distance** (6 heures)

En formation individuelle à distance elle est délivrée en 4 modules-sessions d'une heure trente (1H30) chacun.

Programme détaillé formation enjeux professionnels des réseaux sociaux

► Pourquoi les réseaux sociaux sont-ils si importants

Pourquoi la révolution numérique est-elle souvent comparée à la trilogie Renaissance + Gutenberg + Luther

Développement de son influence et de son leadership

Développement commercial

Recrutement

Interconnexion CRM

► Les métiers et fonctions web 2.0

Community manager, CDO, webmaster, web analyst, blogueur, rédacteur

► Les enjeux des réseaux sociaux et outils collatéraux

Enjeux : influence, visibilité, recrutement, social selling ;

Outils associés : blog, curation, emailing ;

Veille et signaux faibles ;

La prise de parole sur les réseaux sociaux.

► Présentation des réseaux & médias sociaux majeurs, et outils collatéraux

Facebook, Google+, LinkedIn, Pinterest, Scoop-it, Slack, Snapchat, Viadeo, Twitter et YouTube

Blog, HootSuite

► Stratégie 2.0 pour son entreprise

Objectifs, cibles, méthode, ressources,

Outils de suivi de votre présence, de votre influence et performance de votre visibilité,

Juridiction

► Comprendre le « vocabulaire 2.0 »

Ce volet de la formation n'est pas un chapitre de la formation, mais sera traité sur l'ensemble de la formation et du cas appliqué à votre établissement, car une bonne compréhension d'un sujet comme celui-ci nécessite impérativement de maîtriser le vocabulaire, dont une partie importante est composée d'anglicismes et d'acronyme, voire d'acronymes anglais (extraits) :

Adwords, blog, branding, CPA, CPC, curation, e-leadership, e-mailing, Générations X - Y - Z, inbound marketing, influence, KPI, référencement naturel, réseaux sociaux vs médias sociaux, SEA, SEO, Social vs. Socialisation 2.0, Web 1.0 versus web 2.0, etc.

Cas appliqué à votre établissement

Nous concluons cette formation par l'étude du cas appliqué de votre activité – entreprise, association ou administration en nous appuyant sur 4 points clés :

- ▶ **Votre périmètre économique et/ou social**
Votre entreprise, association ou administration ;
Votre secteur d'activité ;
Votre offre produits et/ou prestation de services ;
Vos point forts et points faibles.
- ▶ **Vos moyens de communication, commerciaux et marketing actuels**
Print
Site web, blog,
Votre activité réseaux sociaux (celle de votre établissement et celle de vos collaborateurs)
- ▶ **Vos concurrents**
Etude de leur situation sur le plan communication et digital marketing
- ▶ **Vos cibles**
Identification et qualification
- ▶ **Plan d'action**
Sur quels « moyens sociaux » capitaliser ;
Comment amorcer et développer votre influence ;
Mise au point de votre médiaplanning 2.0 ;
Choix des outils de suivis de votre activité et de votre influence.

Annexe

Pour apprécier la spécificité de notre approche sur les réseaux sociaux, nous vous recommandons de vous abonner aux publications du blog efficaciTIC :

#marketing Digital www.efficacitic.fr/category/marketing-digital, et

#réseaux sociaux www.efficacitic.fr/category/reseaux-sociaux

Formations complémentaires

Développement de site/blog

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/leadership/developpement-de-site-etou-blog

Formation Blog professionnel

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/leadership/formation-blog-professionnel

Formation LinkedIn™

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/leadership/formation-linkedin

Formation Campagnes emailing

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/conseil-organisation-outil-informatique/formation-realiser-ses-campagnes-emailing/

Formation Communication Vidéo 2.0

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/conseil-organisation-outil-informatique/formation-video-production-web-2-0/

Formation Community Manager

www.efficacitic.fr/accompagnement-e-marketing/conseil-organisation-outil-informatique/formation-community-manager/