

Construire une stratégie Social Media

Marketing - Communication Digitale - Vente

Marketing - Communication

Référence : 5-NO-SOCMED-SPE**Durée :** 2 jours**Présentiel ou en classe à distance****Tarif Inter :** 750 € Prix HT jour / personne**Tarif Intra :** 1400 € Prix HT jour / groupe

Mise à jour : 01/01/2024

Durée de validité : du 01/01/2025 au 31/12/2025

Objectifs

- S'assigner des objectifs dans le cadre d'un plan marketing et dérouler une stratégie Social Media
- Se fixer des objectifs et mobiliser les ressources nécessaires pour le déploiement de cette stratégie Social Media
- Évaluer les performances de la stratégie Social Media mise en place et effectuer des ajustements

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux de la culture « réseaux sociaux » Cette formation est le niveau 2 de « Investir les médias sociaux »

- Cette formation est destinée aux

Directeur, Responsable marketing, Responsable digital, Social media strategist, Chargé de communication, Community manager, Digital planner

Contenu pédagogique

Comprendre les nouveaux usages sur le digital et les médias sociaux

- Analyse du Parcours Client (Customer Journey) : méthode
- Être présent à toutes les étapes du consumer journey avec Google Micro-Moments
- Analyse des impacts sur les stratégies de communication des marques

Construire un parcours client

Panorama des réseaux sociaux : chiffres, fonctionnalités & cas d'utilisation par les marques

- Leviers des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Tik tok, Pinterest...)
- Analyser les avantages, les inconvénients et les contraintes de chaque support
- Analyser la pertinence de chaque réseau social en fonction de la cible

Décrypter des stratégies de marques sur les réseaux sociaux afin d'analyser leurs clés de réussite

Inclure les réseaux dans une stratégie marketing et assigner des objectifs

- Définir ses objectifs marketing et de communication
- Définir sa cible de communication
- Définir un plan marketing Social Media

Définir les objectifs de communication

Déployer une stratégie Social Media : plannings éditoriaux & outils

- Comment établir un plan de communication Social media (macro-plan)
- Quels leviers de médiatisation

Identifier les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux

Définir une stratégie de contenus et mettre en place des outils

- Construire son planning éditorial
- Comment prendre la parole sur les réseaux sociaux (Do's & Dont's) ?
- Quels outils existants pour faciliter le suivi ?

Décliner un même message sur des réseaux différents

ROI et analyse de la performance de la stratégie Social Media

- Comment piloter sa stratégie Social Media au quotidien : définir vos KPIs
- Analyser la performance de sa stratégie Social Media

- Adopter une vision à moyen terme et anticiper les nouveaux usages
- Stratégie Social Media : quelles limites ?

Construire un tableau de bord efficace

Moyens pédagogiques

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur.
- Travail d'échange avec les apprenants sous forme de réunion – discussion.
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle.
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne sur 30 à 50% du temps)

Modalités pédagogiques : Présentiel, Distanciel et AFEST

Moyens techniques

En formation présentielle

Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation et équipée avec :

- Ordinateurs
- Vidéo projecteur ou Écran TV interactif
- Tableau blanc ou Paper-Board

En formation distancielle

A l'aide d'un logiciel comme ® Microsoft Teams ou Zoom, un micro et une caméra pour l'apprenant.

- Suivez une formation en temps réel et entièrement à distance. Lors de la session en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprise comme en Intra-Entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, ressources formateur, fichiers d'exercices ...) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Les participants recevront une convocation avec le lien de connexion à la session de formation.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, une assistance technique et pédagogique est à disposition par téléphone au 02 35 12 25 55 ou par email à commercial@xxlformation.com

Modalités d'évaluation

- Positionnement préalable oral ou écrit.
- Feuille de présence signée en demi-journée.
- Evaluation des acquis tout au long de la formation.
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de stage à chaque apprenant
- Evaluation formative tout au long de la formation.
- Evaluation sommative faite par le formateur.

Profil du formateur

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité

Adaptation pédagogique et matérielle

Si vous avez besoin d'adaptation matérielle ou pédagogique, merci de prendre contact avec notre référent Handicap par téléphone au 02 35 12 25 55 ou par email à handicap@xxlformation.com

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.

Nos sessions INTER 2025

Sessions de formation à venir :

- Aucune session à venir pour cette formation.

Nos sessions INTRA 2025

Pour organiser cette formation en intra-entreprise, veuillez nous contacter par mail à commercial@xxlformation.com ou par téléphone au 02 35 12 25 55