

# STRATÉGIE SOCIALE MEDIA

## OBJECTIFS

A l'issue de la formation, les participants auront acquis une connaissance de l'environnement du web et particulièrement des réseaux sociaux pour :

- Gérer efficacement une veille,
- Construire son territoire d'expression
- Organiser sa prise de parole
- Contribuer à la stratégie d'influence de son entreprise sur les réseaux sociaux

## PARTICIPANTS

Responsable de communication, Chargé(e) de communication, Community Manager

## Principe Marketing et Web Marketing

- Principes de marketing et web-marketing
- Leviers web marketing
- Focus sur le référencement naturel (SEO)
- Brand content et marketing de contenus

## Analyse d'écosystème, audit et veille

- Analyser un écosystème web, audit e-reputation et concurrence en ligne
- Veille e-reputation
- Veille créative
- Outils de diagnostics et d'audit
- Mise en place d'une veille social media personnelle

## Concevoir une stratégie Social Media

- Définir ses personas
- Définir une stratégie social media – Planning éditorial
- Définir une charte éditoriale et un planning de publication
- Gestion de crise
- Définir et budgétiser un plan d'action opérationnel

## PROGRAMME

**PRÉ REQUIS**  
Aucun

**LIEU**  
Sur site

**DURÉE TOTALE**  
14 heures

## COMMENTAIRES

- **Méthodologie et moyens pédagogiques** : Formation théorique et mise en pratique avec les problématiques de votre entreprise ; Ateliers de mise en pratique - Quizz
- **Evaluation** : Evaluation fin de formation, suivi ; Attestation de fin de formation
- **Présence** : Feuille d'émargement