

# STRATEGIE AVANCEE SUR LES RESEAUX SOCIAUX



## En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour apprendre à être créatif et percutant sur les réseaux sociaux.  
Cette formation de 2 jours permet de connaître et d'utiliser facilement tous les outils digitaux pour attirer et fidéliser les clients.  
Elle apporte des réponses concrètes, à mettre en place immédiatement.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- [Formation réseaux sociaux Marseille CPF.](#)
- [Formation Pinterest diplômante pour votre entreprise.](#)
- [Formation marketing d'influence.](#)
- [Formation marketing mobile Marseille.](#)
- [Formation organiser un concours sur les réseaux sociaux Marseille.](#)
- [Formation Réseaux sociaux : quels objectifs, quels réseaux, quel positionnement ?](#)
- [Formation Découvrir les réseaux sociaux et leurs usages.](#)
- [Formation Réseaux sociaux, web et e-réputation.](#)
- [Formation social ads CPF Marseille.](#)



## Objectifs

À l'issue du parcours, vous serez en capacité de :

- Mettre en application de l'inbound marketing,
- Mettre en place de la publicité sur les réseaux sociaux,
- Créer des applications pour les réseaux sociaux.

Cette formation stratégie social media donne les clés pour déployer une stratégie avancée sur les réseaux sociaux et capter votre audience efficacement. Vous apprendrez à structurer votre charte éditoriale, optimiser votre planning rédactionnel. Vous aborderez également les algorithmes des réseaux sociaux pour maximiser l'engagement. Cette formation stratégie réseaux sociaux CPF à Marseille aborde l'utilisation du content marketing et de l'inbound marketing pour booster votre relation client digitale et votre e-réputation. A l'issue de ce programme, vous saurez intégrer la publicité sur les réseaux sociaux et le marketing mobile dans votre stratégie digitale globale.



## Programme

### Inclure les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication digitale

Le marketing mobile prédomine sur les réseaux sociaux

Stratégie social media et choix des réseaux

La charte éditoriale pour structurer son contenu et ses prises de parole

### Durée

2 jour(s) / 14 heure(s)

### Effectif

De 3 à 8 stagiaires

### Tarif

1200 € NET

### Pour qui ?

Cette formation s'adresse aux chefs de projet, responsables Web, webmasters, chargés de communication, community managers, web marketeurs.

### Prérequis

Avoir déjà utilisé les réseaux sociaux et en connaître les bases ou avoir au préalable suivi la formation « Initier sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux ».

### Code RNCP / RS

NA

### Référence

DIWE-0000-SARS-01

Le planning redactionnel

## **Fonctionnement algorithmique des réseaux sociaux et travail sur l'engagement**

Mise en application de l'inbound marketing

L'engagement au coeur de la stratégie social media des entreprises

Les réseaux sociaux comme nouveau canal dans la gestion de la relation client

L'expérience utilisateur pour booster et souder sa communauté

Le content marketing comme facteur clé de l'engagement

## **La notion de social content marketing**

Stratégie de brand content : du snack content au slow content

Méthodologie de création de contenus

Les contenus tendances sur les réseaux sociaux

Les mécanismes du newsjacking et de l'User Generated Content

Focus sur les jeux concours et outils de création

## **Protéger sa marque en gérant son e-réputation**

Les enjeux de l'e-réputation

Les risques pour la marque : le bad buzz et sa gestion

Le rôle clé du community manager et la communauté

Les outils de gestion de sa e-réputation

## **Le personal branding : être crédible en ligne pour vendre ou être recruté**

Les bonnes pratiques du personal branding

Organisation de sa veille

Les leviers hors des réseaux sociaux



## **Méthodes pédagogiques**

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

## **Suivi d'action**

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations ... qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.



## **Intervenants**

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.



## **Évaluation**

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.