

Construire et gérer sa présence sur les réseaux sociaux

2 jours
14 heures

log-005.pdf



loging-formation.com

Objectifs

Auditer ses comptes depuis leur création et établir les constats Identifier les besoins et les attentes des internautes Définir sa stratégie de présence, orienter ses choix à partir des ressources disponibles (temps, moyens, compétences) et de la pertinence du réseau

Participants

Tout professionnel souhaitant intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication et de commercialisation.

Prérequis

Etre familiarisé avec les réseaux sociaux et déjà administrer des comptes.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

L'attente des clientèles

Panorama des réseaux exploitables par type d'activité

Les différentes utilisations des réseaux sociaux

Approche générationnelle des attentes des internautes

Adapter son écriture au web

Audit individuel

Audits des comptes

Objectifs et stratégies

Construire et gérer sa présence sur les réseaux sociaux

2 jours
14 heures

log-005.pdf



loging-formation.com

Analyse collective et débat sur les usages

Définir ses objectifs

Optimiser sa visibilité sur Internet

Prospection

Fidélisation

Relation client

Renforcement de sa e-réputation

Définition de sa stratégie de présence

Définir les réseaux sociaux « utiles »

Connaître sa cible marketing sur chacun des réseaux

Définir des objectifs clairs et atteignables

Connaître les indicateurs de performance