

ACCOMPAGNER, DEVELOPPER, CREER ... LES COMPETENCES

PUBLICS

Chargé en charge de la communication et du marketing sur les réseaux sociaux

DUREE

14 heures / 2 jours

PRE REQUIS

Etre à l'aise dans un environnement informatique

METHODES PEDAGOGIQUES

Active et participative à travers des cas concrets

EVALUATION / CERTIFICATION

Evaluation continue tout au long de la formation

A L'ISSUE DE LA FORMATION, SERONT DELIVRES

1/ L'attestation de fin de formation

TARIF

500€ net



04 91 25 18 11

04 91 76 33 05

dc.formation13@gmail.com

www.dcformation.com

RESEAUX SOCIAUX ET STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING DIGITAL

➤ **OBJECTIFS**

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les réseaux sociaux adaptés aux cibles et objectifs de communication
- Etablir les objectifs et les modalités d'une création de communauté
- Repérer les points forts et faibles d'une communauté
- Capitaliser les outils de ciblage et de suivi

➤ **PROGRAMME**

LA REVOLUTION DIGITALE

Une révolution des usages

Le digital bouleverse des secteurs économiques entiers

Les impacts durables de la révolution digitale

L'ENGAGEMENT MARKETING

L'avènement du consomm'acteur

La réponse des marques : le brand content

Les 3 leviers de l'engagement marketing

Do and Don't et indicateurs clés

LES MEDIAS SOCIAUX

L'impact des réseaux sociaux

Panorama des réseaux sociaux

Les enjeux de la e-réputation

Deux cas exemplaires de stratégies de marques sur les médias sociaux

STRATEGIE DE MARQUE SUR FACEBOOK

Les objectifs d'une stratégie sur Facebook

Recommandation pour la création d'une stratégie de marque sur Facebook

Comment mesurer ?

LINKEDIN, VIADEO, TWITTER ...

Approche des trois plateformes

*Nos locaux d'accueil sont
accessibles aux personnes
à mobilité réduite*

Maj : 29.10.2020