



CONCEVOIR UNE COMMUNICATION IMPACTANTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX GRAND PUBLIC (BTOC)

Durée :
1 JOURNÉE

Réf. :
7-FRMSTI

Format :  PRÉSENTIEL

1250 € HT

Si aujourd'hui vous mesurez l'importance des réseaux sociaux Grand Public dans le parcours consommateur mais que vous ne savez pas encore comment intégrer ces nouveaux leviers à votre stratégie de marque, cette formation très pratique vous permettra de maîtriser les bases d'une présence sur les principaux réseaux sociaux. Depuis la création jusqu'au paramétrage d'un compte, des techniques de rédaction sur les supports à la mise en œuvre d'une stratégie de conquête d'une communauté. La formation permet de fournir les connaissances et méthodes concrètes et opérationnelles pour créer une présence sur les réseaux sociaux Grand Public (Facebook, Instagram, Tik Tok...) et développer sa communauté.

Au cours de cette formation, les cas pratiques sont adaptés aux besoins de tous les stagiaires.

Objectifs

- Connaître le panorama des réseaux sociaux pour toucher le Grand Public et leurs audiences phares
- Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs en adéquation avec les possibilités du réseau social et les objectifs de votre entreprise
- Choisir un ciblage pertinent alliant cœur de cible et visibilité massive
- Réussir à affirmer un positionnement fort et différenciant
- Obtenir du succès avec un plan d'action efficace

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse à tout professionnel qui souhaite communiquer auprès du grand public : Directeur Marketing, Chargé de communication, Responsable web, Community Manager, Chef de produit, E-category manager, Web-marketeur, Entrepreneur...

Connaître le panorama des réseaux sociaux pour toucher le Grand Public et leurs audiences phares

- Panorama des réseaux sociaux Grand Public : Facebook, Instagram, Pinterest, Snapchat, Tik Tok, Youtube...
- Portrait type de l'audience, du comportement de la communauté, des fonctionnalités de ces plateformes
- Analyse des avantages, les inconvénients et les contraintes de chaque support

Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs en adéquation avec les possibilités du réseau social et les objectifs de votre entreprise

- Définir des objectifs marketing et de communication atteignables en phase avec les possibilités du réseau social
- Étudier l'utilité d'un réseau social et savoir quels objectifs peuvent être atteints sur ce réseau
- Prendre la parole sur les réseaux sociaux
- Savoir modérer et animer les réseaux sociaux



Les fondamentaux

CONCEVOIR UNE COMMUNICATION IMPACTANTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX GRAND PUBLIC (BTOC)

Choisir un ciblage pertinent alliant cœur de cible et visibilité massive

- Définir le portrait-type de votre client cible, votre persona/segmenter les cibles prioritaires
- Apprendre les astuces qui permettent de toucher son cœur de cible
- Comprendre pourquoi la visibilité massive reste utile

Réussir à affirmer un positionnement fort et différenciant

- Créer un sentiment d'appartenance qui fera de votre page une véritable communauté à laquelle c'est un privilège d'adhérer
- Susciter l'engagement de votre audience grâce à des valeurs mises en avant

Obtenir du succès avec un plan d'action efficace

- Définir un plan d'actions de création de contenus, le calendrier éditorial et le dispositif de promotion
- Connaître les bonnes pratiques pour avoir du succès sur un réseau social donné
- Appréhender les outils qui vous permettront d'avoir des contenus impactants (outils de programmation, outils de création visuelle...)
- Maîtriser les techniques d'écriture et de conception visuelle
- Observer et ajuster ses actions en fonction des retombées
- S'appuyer sur vos collaborateurs sur les réseaux sociaux pour développer votre visibilité
- Allouer les ressources (sponsoring)

CAS PRATIQUE :

- ✓ Créer votre persona : votre cœur de cible sur vos réseaux sociaux de prédilection
- ✓ Créer des contenus adaptés au réseau social et à votre objectif
- ✓ Apprendre à utiliser des outils de création visuelle adaptés à vos réseaux sociaux

La trousse à outils avec laquelle vous repartez de cette formation

À l'issue de la formation vous disposez de :

- Un exemple de rétroplanning
- Une liste d'outils pour créer efficacement vos contenus visuels
- Une liste d'outils pour tester et programmer ses contenus
- Un exemple de reporting réseau social grand public