



Social Media Marketing : enjeux & mécanismes

Participants :

Pré-requis :

- Connaissance de l'environnement Internet (culture générale)
- Sensibilité aux relations presse & du marketing online

Profil des participants :

- Agence : commerciaux
- Client : n'importe qui dans un pôle marketing / communication

Formation :

Description :

L'émergence des médias sociaux a changé les réseaux d'influence et de partage d'options. Des millions d'internautes ont évolué en créateurs de contenu & ont généré des milliards d'opinions online. L'importance des conversations qui ont cours autour d'un sujet donné est un facteur clé que l'on peut mesurer et que l'on se doit de suivre. L'influence des médias sociaux et la visibilité des influenceurs ne cessent de croître avec la démocratisation des usages. Les collaborateurs vont de plus en plus être impliqués dans les campagnes et votre patron est déjà sur Facebook.

Comment identifier l'écosystème social qui se trouve autour d'une marque ?

Comment exploiter de manière efficace des communautés ? Comment en créer ?

Comment mettre en place une stratégie de « social media marketing » ?

Quels sont les critères d'évaluation que l'on doit suivre ?

Mots clés : réseaux sociaux, influence, blogueurs, journalistes, conversations, buzz,

Objectifs de la formation :

- Comprendre les enjeux du social media marketing
- Comprendre les mécanismes des campagnes de social media

Plan de la formation :

- Etat des lieux des médias sociaux ?
- Comment appréhender son écosystème social ?
- Comment mettre en place une stratégie communautaire ?
- Comment juger l'efficacité d'une action de social media marketing ?

Mise en pratique :

L'ensemble des sujets abordés dans le cadre de cette formation sera illustré par des cas pratiques, études de cas, et exercices issus de l'expérience terrain de votre formateur.

Durée : Module de 3 heures

Tarifs : 400€

Formateur(s) :

Nom du formateur : Mathieu Genelle