

2024-2025



FICHE DE
FORMATION

STRATÉGIE DES RÉSEAUX SOCIAUX

ORGANISME
DE FORMATION

<https://www.yuriandneil.com>

YURI & NEIL

DESCRIPTION

Une formation de trois journées pour professionnaliser votre utilisation des réseaux sociaux.

Les échanges, éléments théoriques et cas pratiques réalisés directement sur les plateformes sociales et sur des outils tiers vous permettront d'appréhender les médias sociaux avec une vision marketing. Vous serez accompagné pour élaborer de A à Z une stratégie social media pour votre marque.

VOUS SEREZ CAPABLE DE

- Analyser et choisir les bons objectifs et indicateurs de performance
- Identifier les usages et tendances actuels des réseaux sociaux
- Intégrer les méthodes et outils pour agrandir votre visibilité
- Mettre en application les clés d'une stratégie de contenu efficace

COMMENT VOUS APPRENDREZ

- L'assistance du formateur sur place ou via un outil de visio-conférence
- La mise en pratique en direct d'outils et de plateformes
- Des modèles et templates prêts à l'emploi
- Le support de présentation (version pdf) remis à la fin de la formation
- Un glossaire

COMMENT VOUS SEREZ ÉVALUÉ

Des quiz de validation de connaissances. Un certificat de réalisation des compétences sera délivré à la fin de la formation.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Cette formation s'adresse à tous les publics. Aucun prérequis.

INFO PRATIQUES



5 100€ HT
pour un groupe de 5 personnes
Nous contacter pour groupes de plus de 5
et sur mesure



Trois journées de formation de 7
heures de 9h30 à 17h30 avec une
pause déjeuner d'une heure



En présentiel ou en distanciel



Public en situation de handicap, nous
contacter : formation@yuriandneil.com

LE PROGRAMME

Module 1/ Les réseaux sociaux : contexte et intégration

- Utilisation des réseaux sociaux par les entreprises en organisations
- Choix des objectifs et des KPI dans une stratégie marketing globale

Module 2/ Les missions du community manager

- La différence entre social media manager et community manager
- Les compétences et outils inhérents à la fonction

Module 3/ Panorama des plateformes

- Chiffres clés
- Prospective : émergence des nouvelles plateformes
- Choix des plateformes en fonction de ses cibles/audiences

Atelier : quiz de culture générale sur les réseaux sociaux

Module 4/ Focus Facebook

- Fonctionnement de l'écosystème Facebook
- Evolution de la présence de marque dans le temps

Atelier : création d'une page Facebook et publication d'un post

Module 5/ Focus X

- Usages et codes de X
- Best cases d'organisations et entreprises

Atelier : publication d'un tweet sur un compte test

Module 6/ Focus Instagram

- Mécanisme de l'algorithme et compréhension de son impact sur la visibilité organique

Atelier : publication d'un post sur un compte test

Module 7/ Stratégie de contenu

- Histoire du brand content
- Schémas structurants pour définition de ligne éditoriale et de production de contenu

Atelier 1 : analyse en groupe de 4 cas par le prisme de ces théories

Atelier 2 : production d'une publication avec une image statique ou animée

Atelier 3 : production d'une vidéo façon Brut

Module 8/ Adaptation de son contenu au timing

- Introduction au real-time marketing (news-hacking)

Atelier : création d'un calendrier éditorial sur un mois

Module 9/ E-reputation et social-listening

- Introduction à la veille sectorielle et propre à sa marque
- Son utilisation au sein d'une organisation

Atelier : recherche d'UGC (user generated content) lié à une marque

Module 10/ Modération

- Tonalité et fréquence de réponse
- Prospective : intégration des chatbot aux messageries

Module 11/ Gestion de crise

- Les raisons d'un bad buzz
- Les démarches et procédures pour s'y préparer

Atelier : serious game pour répondre à un bad buzz en temps réel

Module 12/ Employee advocacy

- Les raisons de cette tendance liée au réseau LinkedIn
- Décryptages des meilleurs cas (les Top Voices)

Atelier : calcul de son score personnel d'influence

Module 13/ Social ads - Publicité sur les réseaux sociaux

- Introduction à la plateforme publicitaire de Facebook
- Compréhension du modèle d'achat
- Impact de la qualité du format sur les coûts

Module 14/ Influence marketing

- Les usages et les raisons de ce succès
- La structure récente du marché

Atelier : calcul d'un prix d'une opération d'influence

Module 15/ Mesure de la performance

- Mise en forme d'un dashboard avec le suivi
- Recommandation d'outils

Module 16/ Check-list

Rappel de toutes les étapes à réaliser pour construire une stratégie social media cohérente

Examen final

Réalisation d'une stratégie social media en reprenant chaque point des 3 derniers jours. Restitution orale et feedbacks du formateur.

POSITIONNEMENT

a) Lors des premiers échanges avec nos équipes, vous allez ou avez renseigné un Questionnaire d'expression du besoin pour que :

- Que nous vous proposons un programme qui réponde pleinement à vos objectifs.
- Que vous exprimiez d'éventuelles attentes ou souhaits autour d'une situation professionnelle ou une question technique particulière.

Ce questionnaire prévoit également la prise en charge de situations ou difficultés tel un handicap physique. Une assistance sera alors au préalable envisagée au cas par cas.

b) Votre formation a pu ou pourra faire l'objet en amont d'un Questionnaire spécifique pour valider les prérequis identifiés dans la Fiche de formation.

Cette vérification est l'assurance que vous ne soyez pas mis en situation d'échec et que vous puissiez suivre la formation avec aisance.

c) Lors de votre inscription à la formation, nous vous avons envoyé ou nous vous enverrons un lien vers un Questionnaire de positionnement dématérialisé (Digiforma).

Il est destiné au Formateur qui prend connaissance de votre activité et son environnement pour préparer au mieux la session.

MATÉRIEL

Pour participer à cette formation, vous devez disposer d'un ordinateur et d'une connexion Internet (un casque audio est également recommandé).

ACCÈS

Dans vos locaux ou nos locaux, ou en distanciel.

CALENDRIER

A définir