

Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Digital

STAGES COURTS

STRATÉGIE DE COMMUNICATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

 **Dates :** Voir le calendrier

 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

€ **Tarif :** 1400 €

Modalité : Présentiel

Session

LES 11 ET 12/06/2024

OBJECTIFS

- Savoir élaborer une stratégie de communication digitale.
- Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication.
- Savoir créer un contenu engageant
- Acquérir les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux.

CONTACT

 formations-courtes@celsa.fr

PUBLIC

- Directeurs, managers, responsables et chargé(e)s de communication et marketing.

PRÉ-REQUIS

- Vous gérez déjà des comptes de réseaux sociaux de manière professionnelle pour votre entreprise ou vous managez un community manager.
- Vous connaissez les grands principes des réseaux sociaux.
- Vous êtes familiarisé avec le concept de stratégie de communication.
- Vous êtes familiarisé avec les grands concepts du marketing : stratégie, parcours utilisateur, mix marketing, modèle owned/paid/ earned, etc.

PROGRAMME

Module 1 : Établir les bases d'une stratégie social média

- Découvrir les dernières tendances social média
- Reconnaître les principaux objectifs d'une stratégie social média
- Acquérir la démarche stratégique

Module 2 : Construire un contenu en cohérence avec la marque

- Découvrir l'univers de marque
- Identifier les plateformes de la marque
- Utiliser les persona
- Acquérir les principes de la création de contenu
- Etablir un calendrier éditorial

Module 3 : Pratiquer la méthodologie d'un audit réseaux sociaux

- Découvrir les enjeux
- Réaliser un diagnostic par le cas pratique
- Analyser la concurrence par le benchmark
- Réaliser l'analyse
- Formuler une synthèse et des recommandations

Module 4 : Gérer les réseaux sociaux

- Définir les parties prenantes
- Comprendre les principes de la modération des commentaires
- Sélectionner des outils de gestion de projet et de programmation
- Traiter les principaux indicateurs – KPI

Module 5 : Explorer les leviers payants

- Explorer les solutions publicitaires des différentes plateformes
- Intégrer les social ads à la stratégie social média
- Comprendre les principes de l'influence et de la micro-influence

Module 6 : Créer du contenu avec l'IA

- Comprendre les bases de l'intelligence artificielle
- Découvrir les outils et applications disponibles
- Faire des exercices pratiques

MÉTHODES

- Apports théoriques et travaux pratiques : mises en situation, études de cas.
- Modalités d'évaluation : QCM, mises en situation.

CALENDRIER**Durée de la formation :****Rythme :** 2 jours**SESSION**

LES 11 ET 12/06/2024 de 09:30 à 18:00