

Formationx médias sociaux: Complète et pratique (SOCMEDFR, 2 jours)

Description

Le cours Formationx médias sociaux : Complète et pratique explore l'utilisation pratique de plusieurs plateformes de médias sociaux pour engager et motiver les clients actuels et potentiels. La formation aborde le choix des plateformes de médias sociaux en utilisant des critères tels que les données démographiques cibles et les profils d'utilisateurs connus. Ce cours SETC aborde également la mise en place de posts d'écoute et vous enseigne des compétences concrètes pour rédiger un contenu engageant pour toutes les principales plateformes de médias sociaux, notamment Facebook, LinkedIn, Twitter et Instagram. Le cours aborde également la conception et la mise en œuvre des indicateurs clés de performance (KPI) afin de suivre les réalisations et les objectifs de la campagne.

Tarifs

- Tarification: \$1,500/person
- Rabais de 10% lorsque vous inscrivez 3 personnes.

Plan de cours

Introduction aux médias sociaux

La place des médias sociaux dans le paysage marketing

L'importance de l'élan et de l'attrait de masse

Le rôle des blogs

Aperçu des types de médias sociaux

Explorer le rôle de Facebook : Démographie et utilisation

Explorer le rôle de Twitter : Démographie et utilisation

Explorer le rôle de LinkedIn : Démographie et utilisation

Explorer le rôle d'Instagram : Démographie et utilisation

Identifier les médias sociaux appropriés : Outils et propriétés

Quelques autres outils

Préparation à l'utilisation : Création, communication et marketing

Meilleures pratiques en matière de médias sociaux

Fixer des objectifs réalistes

Création de processus de soutien

Mettre en place des postes d'écoute : Comprendre ce qui se dit

Créer l'éco-système : Création de comptes

Créer l'éco-système : Relier les comptes

Créer l'éco-système : Relier les propriétés du Web

Concevoir et mettre en œuvre des processus de création de contenu

Transition de l'organisation

L'art de l'utilisation

L'importance de la présence et de l'interaction

Fixer des objectifs et élaborer des stratégies

Créer des communautés et des espaces

Stratégies pour accroître la présence

Stratégies pour attirer l'attention

L'interaction au service des médias sociaux

Le plan pour les médias sociaux

À propos de la gestion de projet dans les médias sociaux

Créer une analyse de rentabilisation utile : Vision, portée et objectif cible

Réalisation d'une analyse des parties prenantes et recueil des besoins

Exécuter une gestion efficace de la communication

Le rôle essentiel de la gestion du changement

Le rôle essentiel de la gestion des risques

Création d'un plan de projet : Chemin critique et WBS

Estimation des ressources : Choisir les personnes

Estimation des ressources : Garantir un financement adéquat

Exécution du plan : Création et suivi du contenu

Compétences rédactionnelles pour les médias sociaux

Comprendre les exigences en matière de contenu pour les différentes plates-formes

Lier le contenu avec le balisage et d'autres stratégies

Rendre le contenu visible pour Google : Considérations relatives au référencement

Introduction à l'utilisation de Google Analytics pour la mesure des performances

Utilisation du PPC dans le marketing de contenu

Gestion des objectifs et retour sur investissement

Comprendre les indicateurs de performance

Travailler avec les facteurs critiques de succès et les indicateurs clés de performance

Mise en place de mesures dans les médias sociaux

Mesurer les progrès par rapport aux objectifs

Mise en œuvre du cycle de vie de l'amélioration continue : Planifier, faire, vérifier, agir

Discussion de clôture

Un examen complet de la mise en œuvre et du suivi des médias sociaux