SETC Training Corporate Logo

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