

ELABORER UNE STRATEGIE EDITORIALE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, l'apprenant sera capable de :

- Définir des cibles et objectifs éditoriaux pertinents.
- Connaître son public cible pour lui proposer du contenu attractif.
- Choisir les réseaux sociaux adaptés à l'entreprise, en fonction ses cibles et de sa stratégie communicationnelle.
- Rédiger efficacement des posts sur les plateformes sociales.
- Analyser les statistiques sur les différents réseaux sociaux.

OBJECTIFS OPERATIONNELS ET CONTENU DE LA FORMATION

1. Définir vos cibles et objectifs

- Définir vos cibles.
- Connaître leurs attentes.
- Définir vos objectifs : la méthode SMART.

2. Maîtriser les différentes plateformes sociales

- Les différents réseaux sociaux et leurs tendances.
- Les algorithmes en vigueur.
- Les types de contenus propres à chacun.

3. Créer une ligne éditoriale

- Analyse de l'existant.
- Les erreurs à éviter.
- Créer votre charte éditoriale.
- Définir vos guidelines graphiques.

4. Rédiger efficacement pour capter vos cibles

- La neuroscience au service du marketing.
- Convaincre grâce au modèle AIDA.

5. Organiser vos actions sur les réseaux sociaux

- Les différentes étapes du plan média.
- Le modèle POEM.
- Planifier vos actions marketing annuelles.

- Planifier vos actions publicitaires annuelles.
- Création d'un calendrier de contenus sur un mois.

6. Le suivi des performances

- Analyse de l'existant.
- Accéder aux statistiques sur chaque plateforme.
- Définir les bons KPI (indicateurs clés de performance).
- Créer un tableau de reporting.

PRE-REQUIS

Aucun

DUREE

1 jour soit 7 heures de formation

DATES

Formation organisée à la demande

DELAI

15 jours

TARIF

800 € HT

Pour un groupe de 1 à 4 personnes