UIMM
PÔLE FORMATION Loire
LA FABRIQUE DE L'AVENIR

AFPI Loire

# APPROCHE OPERATIONNELLE DES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS

Le stagiaire sera capable de :

- Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
- Savoir exploiter les réseaux sociaux pour sa communication
- Gérer les contenus publiés
- Connaître les outils de suivi des performances et de tracking de ses actions
- Être en mesure de faire une veille sur sa présence et sa e-réputation en s'assurant de sa visibilité
- Maîtriser les techniques de référencement et de création de trafic pour les différentes pages
- Pratiquer avec aisance les outils de mesures et de social media management

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Formation interactive

## PROFIL DES PARTICIPANTS

- Cette formation ne nécessite pas de prérequis

## PRÉ-REQUIS

- Environnement Windows

## MODALITÉS PRATIQUES

- Durée : 3 jours
- Dates : nous consulter
- Intra uniquement

## CONTACT


Saint-Etienne :
Sophie JOUENNE – Tél : 04 77 92 89 90
E-mail : sjouenne@citedesentreprises.org

Roanne :
Gaëlle ALIX – Tél : 04 77 68 49 69
E-mail : galix@citedesentreprises.org


**INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE**

## PROGRAMME

### Identification de la présence digitale (audit préalable)

- État des comptes
- Analyse des différentes audiences
- Évaluation de l'activité sur les réseaux sociaux
- Bilan de la croissance des communautés
- Vérification des biographies, photos de profil et sections "à propos"
- Mise en place d'actions d'optimisation de la stratégie de communication de l'entreprise dans son ensemble
- Techniques d'analyse de la marque
- Les méthodes de quantification de la performance sur les réseaux sociaux
- La responsabilité du community manager

### Définition de la stratégie éditoriale dans les différents supports médias

- Mise en place d'actions d'optimisation de la stratégie de communication de l'entreprise dans son ensemble
- Définir sa stratégie éditoriale : cibles – contenus et thèmes de publication – planning
- Facebook– astuces pour publier et animer efficacement
- Exploitation Twitter : diffuser des actus et/ou faire de la veille
- Les conditions de maîtrise de Linkedin (les réseaux B to B)
- Les principes du content management sur chaque media
- Faut-il être présent sur les réseaux d'images et videos ?
- Exemples de sociétés industrielles
- Faire de la publicité sur les réseaux sociaux : cas de Facebook et Twitter

### La place du webmarketing dans les actions de promotion et commercialisation

- Identification des 5 sources de création de trafic web
- Création d'un tableau de bord de suivi du trafic et de sa visibilité sur internet
- Stratégie d'amélioration des possibilités de trafic direct
- Optimisation de son site et de ses pages pour être SEO-friendly
- Référencement de son site dans les annuaires spécialisés
- Génération de plus de backlinks : les techniques
- La diffusion de plus de contenus : objectifs visibilité et référencement
- Création d'un blog et rédaction des articles performants
- Développement des formats variés de contenus : exemples

### Mise en œuvre d'une démarche pour la promotion de ses contenus

- Exploitation de Google Adwords : le référencement payant
- Réalisation d'une campagne et suivi de ses performances : cas pratique

### Prospection ou fidélisation grâce à l'e-mailing

### Utilisation des outils de création et gestion de campagnes d'e-mailing : cas pratique

### Exploitation des outils d'analyse des performances : Google Analytics

### Réalisation d'une veille de son entreprise sur internet : démarche et outils

### Gestion et défense de son e-réputation

### Mise en place de KPIs et d'actions de reporting hebdomadaires