



Public

Professionnels du marketing digital. Entrepreneurs, Communicants, Community managers, et toutes personnes intéressées par la gestion des réseaux sociaux.



Prérequis

Avoir réalisé Réseaux Sociaux initiation et avancé



Durée

7,5 jours – 60 heures
Horaires : 08h00 – 12h00
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

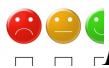
Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le ou les stagiaires afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

LES RESEAUX SOCIAUX EXPERT

OBJECTIFS

- Développer des stratégies avancées pour accroître la visibilité et l'engagement sur les réseaux sociaux.
- Optimiser les campagnes publicitaires pour maximiser le retour sur investissement.
- Apprendre à utiliser des outils d'analyse pour prendre des décisions éclairées et ajuster les stratégies.
- Maîtriser la collaboration avec des influenceurs et la gestion de campagnes à grande échelle..

PROGRAMME

Module 1 : Introduction avancée aux réseaux sociaux

- Objectifs et enjeux du marketing sur les réseaux sociaux.
- Compréhension approfondie des algorithmes de chaque plateforme.
- Tendances et évolution des réseaux sociaux en 2024.
- Le rôle de l'IA et de l'automatisation dans la gestion des réseaux sociaux.

Module 2 : Stratégie sur Facebook et Instagram

- Facebook :
 - Publicité Facebook : optimisation des campagnes, retargeting avancé, analyse des conversions.
 - Utilisation des Facebook Business Tools (Business Manager, Facebook Analytics).
 - Techniques d'engagement via Facebook Groups et Facebook Live.
- Instagram : Optimisation de l'engagement sur Instagram (Stories, Reels, IGTV).
 - Stratégies de contenu UGC (User Generated Content) et collaborations avec des influenceurs.
 - Utilisation avancée de la publicité sur Instagram (formats, ciblage, pixels).

Module 3 : LinkedIn pour les experts

- Stratégie de contenu pour les professionnels et entreprises.
- Utilisation avancée de LinkedIn Ads (ciblage B2B, ABM - Account Based Marketing).
 - LinkedIn Analytics : comment interpréter les données pour ajuster les stratégies.
 - Optimisation de la page entreprise et du profil personnel pour le branding.

Module 4 : Twitter et X (ex-Twitter)

- Marketing d'influence sur Twitter : collaborations, threads viraux et partenariats.
- Stratégies de contenu en temps réel et gestion des crises.
- Publicité sur X : stratégies avancées de promotion, ciblage et analyse des performances.
 - Optimisation des campagnes de Twitter Ads.



Professionnels du marketing digital. Entrepreneurs, Communicants, community managers, et toutes personnes intéressées par la gestion des réseaux sociaux.



Prérequis

Avoir réalisé Réseaux Sociaux initiation



Durée

7,5 jours – 60 heures
Horaires : 08h00 – 12h00
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le ou les stagiaires afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

Module 5 : YouTube et TikTok : Maîtriser le marketing vidéo

- YouTube :
 - Stratégies avancées de création de contenu vidéo (SEO pour YouTube, storytelling, etc.).
 - Monétisation et gestion des communautés YouTube.
 - Publicité sur YouTube : formats, analyse des KPIs, optimisation.
- TikTok :
 - Stratégies virales pour TikTok : création de contenus engageants et tendances.
 - Publicités TikTok : formats spécifiques, gestion des budgets et des campagnes.
 - Utilisation de TikTok Analytics pour l'amélioration continue.

Module 6 : Publicité sur Snapchat et Pinterest

- Snapchat :
 - Création de campagnes Snapchat Ads avancées (formats interactifs, Lenses, Geofilters).
 - Utilisation des Snapchat Insights pour optimiser les campagnes.
- Pinterest :
 - Stratégies pour la publicité sur Pinterest (Pins sponsorisés, vidéos).
 - Optimisation du SEO sur Pinterest pour une visibilité accrue.

Module 7 : Stratégies avancées d'analyse des performances

- Analyse des KPIs sur différentes plateformes (reach, engagement, conversion).
- Outils d'analyse et de gestion de campagnes (Hootsuite, Buffer, Sprout Social, etc.).
- Création de rapports personnalisés pour les clients et la direction.

Module 8 : Automatisation et IA dans la gestion des réseaux sociaux

- Automatisation des processus de publication et de gestion de contenu.
- IA pour la création de contenu et l'optimisation des publicités.
- Outils de chatbot et gestion des interactions automatisées (ChatGPT, ManyChat).

Module 9 : Gestion des crises et modération avancée

- Stratégies de gestion de crises sur les réseaux sociaux (études de cas).
- Mise en place de protocoles pour la modération des commentaires.
- Stratégies de communication proactive pour prévenir les crises.

Module 10 : Collaboration avec les influenceurs et le marketing d'affiliation

- Identification et collaboration avec des influenceurs pertinents.
- Mesurer l'impact des partenariats d'influence.
- Stratégies d'affiliation via les réseaux sociaux.

Module 11 : Tendances futures et innovations

- L'impact du Web3, NFT, et métavers sur les réseaux sociaux.
- Nouvelles technologies en matière de création et distribution de contenu.
- Préparation à l'évolution constante des plateformes.