

Plan de formation « Réseaux sociaux »

jeudi 29 et vendredi 30 Octobre 2015

à Sainte-Marie

Vos contacts : Philippe Arnaud et Géraldine Verrier
philippe.arnaud@medialight.com et geraldine.verrier@medialight.com
Tél. : 02 62 410 420

Objectifs de la formation

La puissance du bouche à oreille, démultipliée par la capacité virale des outils des média sociaux, la valorisation des avis/commentaires des réseaux sociaux par Google dans ses pages de réponse....sont de formidables opportunités de développement des marques. Du point de vue marketing et communication, l'enjeu pour les marques est donc posé différemment : il s'agit non seulement de faire acheter un produit par un consommateur mais surtout de faire en sorte que ce consommateur se fasse votre porte-parole et relaie/amplifie votre produit/communication auprès de ses réseaux propres....avec toute la légitimité qu'il possède !

Cette formation permet de maîtriser les enjeux du social marketing et surtout de mieux connaître Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Pinterest..., de découvrir les tendances et nouveaux acteurs et de bien maîtriser les mécanismes qui permettent de bâtir et de développer une communauté active et engagée autour de sa marque et ses produits. Elle fournit également outils et bonnes pratiques pour bien animer sa communauté et bien gérer le dialogue avec ses clients.

Programme de la formation

Introduction de l'Académie Sociale

- Rappel des objectifs et du programme
- Présentation de l'intervenant
- Tour de table, présentation et rappel des attentes de chaque participant

Comment profiter des Réseaux Sociaux ?

- Pourquoi les Réseaux Sociaux sont majeurs ?
- Les 10 impacts stratégiques des réseaux sociaux
- Comment bâtir sa stratégie sociale ?
- Présentation des principaux Réseaux Sociaux et de leurs fonctionnalités-clé
- Les leviers de visibilité proposés par les Réseaux Sociaux pour les marques
- Focus sur le B2C et le B2B
- Quelques outils pour animer et monitorer votre activité sociale
- L'enjeu de la réputation
- Quelques exemples de Bonnes Pratiques Social et viral !

« A vous de jouer » : Quelle plan d'action social bâtir pour votre établissement ?

Les « plus » de cette formation

Cette formation haut de gamme permettra à une personne amenée à bâtir des stratégies ou à étudier des propositions de maîtriser les enjeux sociaux du web et lui apportera les outils nécessaires à la construction de sa communauté. De par son expérience et la qualité de son intervention, Pierre Bizollon saura donner les clés pour l'animation d'une communauté et la mise en avant et la vente de ses produits sur internet.

Progression pédagogique

La formation initiale est prévue pendant 14 heures sur 2 jours.

A qui s'adresse la formation ?

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à bâtir des stratégies ou à étudier des propositions faites par des agences. Ces personnes peuvent être directement opérationnelles sur les problématiques communication, Internet ou communautaires, ou manager des équipes expertes dans ce domaine.

Les moyens pédagogiques

MEDIALIGHT assure la formation qui s'effectue à partir de machines connectées à l'internet. MEDIALIGHT bénéficiera d'une vidéo-projection. MEDIALIGHT s'appuiera sur le plan de formation.

Suivi de l'action de formation

Le contrôle des connaissances s'effectuera tout au long de la formation par des échanges, des démonstrations et des exercices.

Prix de l'action de formation

La formation est prévue pour 5 à 10 personnes sur 2 journées (14 heures). Elle est facturée 1 590 € HT les 2 jours.

Intervenant lors de la formation

Pierre Bizollon, Fondateur de LinkingBrand, cabinet spécialisé en stratégie de développement de marque sur Internet, intervenant sur les stratégies sociales de l'Office du Tourisme et du Palais des Festivals et des Congrès de Cannes, de l'APEC, de Dim/Wonderbra, des Laboratoires Expanscience.... Pierre Bizollon a été précédemment directeur marketing de Yahoo !, directeur commercial en agences de publicité internationales et directeur de la communication chez BASF.