

CONSTRUIRE SA STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA_1130

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB741
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Concevoir, mettre en place et piloter une stratégie éditoriale et définir un planning de publication de contenu adapté.

PROGRAMME

Brand Content

- Définition.
- Les enjeux de l'approche contenu pour les marques.
- Les limites de la communication publicitaire traditionnelle pour les marques.
- Brand Content et Storytelling.
- Une nouvelle approche média.

Mise en oeuvre du brand content digital

- Les nouveaux modes d'interaction transmedia.
- Spécificités du brand content digital.
- Comment mesurer l'efficacité d'une stratégie brand content?.

Marketing d'influence

- La propagation au cœur des stratégies Internet.
- Du marketing viral au marketing d'influence.
- Les mécaniques virales.
- Les mécaniques d'influence.
- Viralité et mesures.

Cas pratique

- Concevoir une stratégie de social média pour une marque..



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Concevoir, mettre en place et piloter une stratégie marketing digital sur les réseaux sociaux

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Éditeurs, chargés de communication en ligne, rédacteurs Toute personne amenée à mettre en place un plan éditorial

PRÉREQUIS

Une connaissance de l'environnement Web serait appréciée

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte