

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés  
du dispositif 2018 - 2019

100 %

## FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

## FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS  
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE  
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

## FORMAT DE LA FORMATION (*Présentiel, Blended, Distanciel, Intra, Inter...*)

Inter

Intra

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A la fin de cette action, les participants seront capables de :

- Identifier les enjeux du Web social
- Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social
- Distinguer les principaux réseaux sociaux et leurs atouts
- Connaître les grands principes de la présence sur les réseaux sociaux
- Connaître les principes de la gestion des communautés et de la modération
- Mettre en œuvre une stratégie d'action.
- Savoir utiliser les indicateurs de performance

## PRÉ REQUIS

Avoir un usage régulier d'internet

Participants :

Webmasters, responsables marketing, dirigeants, référenceurs, webdesigners tous secteurs confondus

## DURÉE

3 jours soit 21 heures

## PROGRAMME DÉTAILLÉ

### ▪ **STRATEGIE EDITORIALE (DEMI-JOURNEE 1)**

Stratégie de communication vs stratégie social média (SMO : Social Media Optimization)

Définir votre objectif principal / vos objectifs secondaires

Qui sont vos personas ?

La ligne éditoriale

Le "content marketing"

### ▪ **COMMENT S'ORGANISER ?**

Comment trouver des idées ?

Où trouver le contenu ?

Typologie

Processus de création de contenus

Les chartes éditoriales

Le planning éditorial

Le workflow

### ▪ **COMMENT MESURER LES RESULTATS ? (DEMI-JOURNEE 2)**

Quels indicateurs de performance ?

- KPI

- Média social

Engagement vs taille de communauté

Mesurer l'engagement

### ▪ **HOOTSUITE : OUTIL DE VEILLE ET D'AUTOMATISATION**

Fonctionnement de Hootsuite

Créer et paramétrer votre compte

Paramétrer votre outil de veille

Automatiser vos publications

- Suggestion de posts

- Programmer vos posts

### ▪ **LES INDICATEURS D'AUDIENCE (DEMI-JOURNEE 3)**

Définition des principaux indicateurs

Les sources de trafic et les différents types d'acquisition

Les conversions et le calcul du ROI

Les segments

### ▪ **LA MESURE D'AUDIENCE (DEMI-JOURNEE 4)**

Les solutions du marché

Google Analytics ou XiTi / AT Internet

Des solutions alternatives ?

### ▪ **LES INDICATEURS DE PERFORMANCE**

Qu'est-ce qu'un bon KPI ?

Hiérarchiser les KPI (DEMI-JOURNEE 5)

Qualitatif ou quantitatif ?

### ▪ **LE PLAN DE MARQUAGE**

La collecte des données

Les éléments du plan

L'arborescence

Les différents types de marquage

▪ **CREER SES TABLEAUX DE BORD (DEMI-JOURNEE 6)**

Types de tableaux

Le tableau de bord stratégique

Le tableau de bord opérationnel

## LIEU

Les formations en inter-entreprises se réaliseront dans les locaux des agences M2i Formation :

Aix en Provence – Angers – Blois – Bordeaux – Bourg-en-Bresse – Caen – Chartres – Dijon – Epinal – Grenoble – La Rochelle – Le Havre – Le Mans – Lille – Limoges – Lyon – Metz – Montpellier – Nancy – Nantes – Nice – Orléans – Paris – Pau – Sophia Antipolis – Poitiers – Reims – Rennes – Rouen – Saint-Dizier – Saint-Etienne – Strasbourg – Toulouse – Tours – Troyes – Valence

En intra-entreprises, elles peuvent avoir lieu soit dans les locaux de M2i Formation, soit dans les locaux des adhérents.

## ÉVALUATION

Évaluation à chaud sur questionnaire en fin de session

## CONTACTS

La coordinatrice nationale pour les AGEFOS PME-CGM est Madame Virginie MAZZA.

Afin de centraliser et de simplifier les démarches, nous vous invitons à utiliser les points d'entrée génériques suivants pour formaliser vos demandes :

[agefos100pour100@m2iformation.fr](mailto:agefos100pour100@m2iformation.fr)

Téléphone : 01 44 53 36 12