

# Intégrer les médias sociaux à sa stratégie webmarketing & de e-réputation

Réf. : FT-WEB-MSOC-AL

Durée : 2 jours

**Objectifs :** Acquérir une méthode et des outils opérationnels pour développer sa stratégie marketing sur les médias sociaux / S'approprier les mécanismes des médias sociaux pour écouter, recruter et fidéliser ses clients / Intégrer les spécificités des médias sociaux pour développer ses communautés et ses produits / Mieux répondre aux besoins des internautes et convertir les prospects en clients.

**Public :** Responsable webmarketing, webmarketeur, chef de produit. Chef de projet marketing. Directeur ou Responsable marketing. Responsable communication. Chargé(e) de communication web. Community Manager. Animateur web.

**Pré-requis :** Cette formation nécessite de connaître la démarche marketing et les bases de la stratégie marketing.

**Méthode pédagogique :** Formation présentielle individuelle ou en groupe avec un formateur. L'échange est favorisé et encouragé par des temps de synthèse et de question réponse.

## 1. L'IMPORTANCE DES MÉDIAS SOCIAUX DANS LE WEBMARKETING

- Panorama des médias sociaux : cartographie des réseaux sociaux, blogs et forums.
- Usages et attitudes des consommateurs internautes. Les enjeux du multicanal.

## 2. CONSTRUIRE SA STRATÉGIE WEBMARKETING AVEC LES MÉDIAS SOCIAUX

- Enjeux et objectifs pour la marque : notoriété & image sur les médias sociaux.
- Enjeux et objectifs de croissance : création de trafic & ventes.
- Enjeux et objectifs de marketing relationnel sur les médias sociaux : acquisition & fidélisation.
- Impact des médias sociaux sur la segmentation.

## 3. PROMOUVOIR SON OFFRE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- Les leviers de la participation d'une communauté 2.0.
- Les influenceurs : les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre.
- Veille et e-réputation de marque.
- Le marketing participatif : les facteurs clés de succès de la co-création.

## 4. PROSPECTER, CONQUÉRIR, CONNAÎTRE ET FIDÉLISER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- Les meilleurs médias sociaux pour prospecter, conquérir ou fidéliser.
- Construction des programmes de conquête et de fidélisation : stratégie et plan d'actions.
- Étapes clés d'une démarche opérationnelle : objectifs, cibles, médias sociaux et KPI.

## 5. MESURER SES ACTIONS SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- Les outils de mesure : ROI, KPI...
- Le tableau de bord Social Media. Le plan marketing social media.

## 6. PRINCIPE DE LA VEILLE ET DE LA E-REPUTATION

- Veille et intelligence économique. Les concepts de veille concurrentielle, stratégique, commerciale.
- Mesurer la valeur de l'information.

## 7. IDENTIFIER LES DIFFÉRENTES SOURCES DE VEILLE

- Les sites institutionnels, les sites non officiels, les blogs et les pages perso.
- Le Web «invisible».
- Les forums, les listes de discussions, la presse en ligne.
- Les réseaux sociaux
- Les bases de données

# Intégrer les médias sociaux à sa stratégie webmarketing & de e-réputation

Réf. : FT-WEB-MSOC-AL

Durée : 2 jours

## 8. ACQUÉRIR UNE MÉTHODE DE VEILLE

- Définir les objectifs de veille et les requêtes.
- Repérer les sources d'informations formelles et informelles du Web ( blog, page pro, forum,etc).
- Mettre en place un processus de veille.

## 9. COMPARER LES DIFFÉRENTS OUTILS POUR ORGANISER SA VEILLE

- Les navigateurs.
- Les agents intelligents.
- Les outils off line, les outils push.
- Les agents d'alertes.
- Les aspirateurs de site.
- Les flux RSS.

## 10. EXERCER UNE VEILLE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- Suivre les conversations sur les médias sociaux (facebook, twitter, linkedin, youtube...).
- Mesurer et évaluer les tendances.
- Analyser la tonalité des conversations.
- Identifier les influenceurs, les promoteurs, les détracteurs.
- Les outils de veille sur les médias sociaux (gratuits et payants).