

2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

REFERENCE AS FORMATION

E - Communication & Marketing 2E-015

OBJECTIF

Mieux appréhender l'utilisation de Twitter dans un contexte professionnel

PUBLIC VISE

- Directeur ou responsable marketing
- Responsable communication
- Community manager
- Attaché(e) de presse
- Chargé(e) des relations publiques
- Secrétaire de direction

PRE-REQUIS

Connaissances de la navigation sur internet

DURÉE en HEURES :

14h

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel animée en français
- Un poste de travail par stagiaire
- De 1 à 8 stagiaires maximum par formateur
- Individualisation de la formation
- Alternance explication (50%) / exercices (50%), variable selon le niveau et le besoin
- Possibilité de travailler sur ses propres fichiers
- Contrôle continu et certificat de stage

FORMACODE :

72410 (Application réseau social)

CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

Bien démarrer avec Twitter

- Les enjeux de la présence sur Twitter
- Présentation du réseau social
- Twitter, un outil marketing
- Terminologie Twitter
- Comment produire du contenu créatif?

Développement de sa présence

- Création de son profil
- Définir sa stratégie et établir une ligne éditoriale
- Bonnes pratiques sur la publication
- Le live
- La recherche
- Les listes

L'animation de sa communauté

- Organisation d'événements
- Réseaux d'influenceurs
- Développement de sa présence sur les réseaux sociaux

Surveillance et mesure

- Savoir mettre en oeuvre une veille stratégique et concurrentielle
- L'analytic
- Indicateurs clés de performance
- E-réputation

Mise en place d'une veille concurrentielle

- Identification des acteurs
- Mise en oeuvre de sa veille

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE