

1 – Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Utiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie de développement

Objectifs

Acquérir les fondamentaux nécessaires pour définir une stratégie marketing d'utilisation des réseaux sociaux et déployer une ligne éditoriale efficace

Comprendre les spécificités des différents réseaux sociaux pour choisir les plateformes les plus adaptées à son événement

Apprendre à analyser les données et les statistiques des réseaux pour évaluer l'efficacité de son action et l'ajuster si besoin

Apprendre à définir son public cible et les objectifs attendus dans sa prise de parole sur chaque plateforme retenue

Comprendre les bonnes pratiques de création pour optimiser l'attractivité de ses réseaux et le taux d'engagement des publics

Apprendre à élaborer une stratégie de contenu et son calendrier éditorial

Programme

1. Introduction aux réseaux sociaux et aux outils d'analyse de leur performance

- Découvrir les différentes plateformes de réseaux sociaux
- Découvrir les outils d'analyse des réseaux sociaux (Facebook Insights, Google Analytics, etc.)
- Découvrir les indicateurs clés de performance (taux d'engagement, portée, clics, etc.)
- Apprendre à interpréter les données pour améliorer sa stratégie marketing

2. Utiliser des réseaux sociaux dans sa stratégie marketing

- Apprendre à identifier son public cible et ses personas au regard des objectifs marketing de l'évènement
- Apprendre à identifier les avantages et inconvénients de chaque plateforme au regard de l'évènement pour choisir les plus pertinents
- Apprendre à élaborer une stratégie de contenus et à mettre en place un calendrier éditorial
- Faire vivre son évènement tout au long de l'année en animant sa communauté
- Découvrir les outils de création de contenu et les techniques de storytelling pour captiver l'audience

CODE MKT06

Public

Organisateurs d'événements BtoC ou BtoB : direction générale, commissaires de salons, responsables communication

Pré-requis

Être en charge de l'organisation d'événements pro / grand public

Démarche pédagogique

Méthode participative et interactive basée sur les événements des participants et mises en situation

Méthode d'évaluation

Mises en pratiques – quizz - Enquête de satisfaction

Durée : 7 heures en présentiel

Tarif inter par personne

Adhérent : 600,00 € HT / Non adhérent : 1.200,00 € HT

Tarif intra : nous consulter

Taux de satisfaction : 1^{ère} session en 2023

Nbre de participants (en inter) : 5 min – 10 max

Personne en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter).

Le formateur : François HEID

30 ans d'expérience dans le tourisme et l'évènementiel. Il a notamment participé à la relance de Vulcania en Auvergne et d'Alpexpo à Grenoble. Profil hybride public / privé, il a une expérience dans la définition de stratégie marketing et dans leur mise en œuvre très opérationnelle. En tant que consultant, il accompagne, sur des enjeux de positionnement, de mise en marché et de transformation digitale, des acteurs publics et privés dans différentes filières. En tant que formateur il intervient sur des sujets de marketing stratégique, territorial et opérationnel dans différents organismes dont CCI Formation et l'IEFT.