

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 évènement
- 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

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

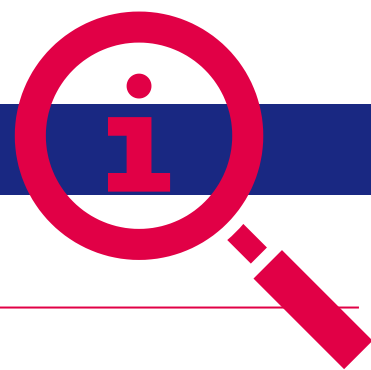
- Découvrir les différentes plateformes de réseaux sociaux
- Découvrir les outils d'analyse des réseaux sociaux (Facebook Insights, Google Analytics, etc.)
- Découvrir les indicateurs clés de performance (taux d'engagement, portée, clics, etc.)
- Apprendre à interpréter les données pour améliorer sa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

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



Modalités pratiques



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
Tarif inter par personne : Adhérent : 600,00 € HT Non adhérent : 1 200,00 € HT Tarif intra : Nous consulter Programme éligible au FNE	Nombre de participants : 5 min – 10 max Durée : 1 jour en présentiel
Démarche pédagogique : Méthode participative et interactive basée sur les évènements des participants et mises en situation	Méthode d'évaluation : Mises en pratique Quiz Enquête de satisfaction
Taux de satisfaction : 1ère session en 2023	Personne en situation de handicap : Accessible aux personnes en situation de handicap (nous consulter)

Formateur : François HEID



François a 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.

