

Social Media

**Découvrir
les
réseaux
sociaux**



la tables des matières

01 Qu'est ce qu'un réseau social ?

04 Les compétences acquises suite au séminaires.

02 L'importance des réseaux sociaux pour les entreprises ?

05 Déroulement des séminaires .

03 Les idées reçues des entreprises ?



**Qu'est ce qu'un
réseau social?**

1. qu'est ce qu'un réseau social ?

Il s'agit de site internet ou application mobile permettant aux utilisateurs de publier, partager du contenu auprès de leurs amis ou d'une communauté virtuelle. Il est également possible pour les utilisateurs de communiquer entre eux.



01

**Les réseaux
généralistes ?**



02

**Les réseaux
professionnels ?**

**Type de
réseau
social**

réseaux sociaux généralistes

Ce sont des plateformes permettant à des utilisateurs de partager, publier et commenter du contenu à des amis

- . les utilisateurs sont plus enclins à partager du contenu qui touche à leur vie personnelle**
- . il existe une grande variété de réseaux sociaux généralistes**
- . Réseaux sociaux BtoC**



exemples de réseaux sociaux généralistes

01

Facebook

02

Twitter

03

Snapchat

04

Tik-Tok

05

Instagram

1 .Qu'est ce qu' un réseau social professionnel ?

**permet aux
freelancers et
aux entreprises
de faire
connaître leur
offres**

**permet de
fluidifier la
communication
en interne des
entreprises**

**permet de
faciliter le
recrutement
via des
annonces**

**facilite la
prospection
et le lead
nurturing**

**permet aux
freelancers et
aux entreprises
de développer
un réseau
d'affaires**

exemples de réseaux sociaux professionnels

01

LinkedIn

02

Yammer

03

Jamespot

04

Azendo

05

Talkspirit



Intérêts pour les entreprises

Intérêts

- . Les entreprises se font connaître à une plus grande échelle.
- . Créer une communauté engagée et augmenter son capital sympathie .
- . Accumuler des data clients (la data rend les entreprises plus compétitives.).
- . Personnalisation de l'offre grâce aux data.
Nous passons à une approche " customer centric " .
- . Faire du recrutement et de la prospection clients.
- . Optimiser l'expérience client à travers des stratégies cross et omni-canal.
- . Générer des ventes à travers les réseaux sociaux.

A blurred background image of a business meeting. In the foreground, a person's hand is visible holding a pen over a document with charts. In the background, another person is working on a laptop. A large, semi-transparent red diagonal shape is overlaid on the center of the image, containing the text. Faint social media icons (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram) are visible in the background behind the red shape.

**les erreurs liées
aux réseaux
sociaux**

Erreurs récurrentes sur les réseaux sociaux

La présence sur les réseaux sociaux ne fera aucune différence sans stratégie adaptée.

- . Certaines entreprises possèdent des comptes sur les réseaux sociaux qui sont inactifs: c'est une erreur car les algorithmes notent les comptes.
- . Certaines entreprises utilisent les réseaux sociaux afin de mettre en avant leurs produits et services.
- . Le but des réseaux sociaux est de susciter de l'émotion et du désir. Un travail sur l'identité de marque doit être fourni en amont.
- . Certaines entreprises ou freelancers se focalisent sur les réseaux sociaux où leur cible est absente.



**les compétences
acquises suite aux
cours**

- 1. Maîtriser les outils d'analyse de données.**
- 1. Maîtriser des outils liés aux hashtags.**
- 1. Gérer les crises liées aux good et bad buzz.**
- 1. Être capable de mettre en place des stratégies pertinentes par rapport à la cible et aux réseaux sociaux .**



5. Être capable de faire participer les collaborateurs réticents au processus.

6. Être capable de maîtriser les fonctionnalités des réseaux sociaux utilisées dans votre stratégie.

7. Savoir utiliser les différentes typologies de post (exemple: vidéo, photo, story)

8. Maîtriser des outils de création vidéo et photo (exemple: caneva)

