

FORMATION TWITTER AU SERVICE DE SA STRATÉGIE D'INFLUENCE



- 🗣️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 7 heures soit une journée
- 📅 E-learning sur demande
- 🏢 Inter, intra, coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👤 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 🔍 Référence 20200800

Objectifs

- 👍 Monter en puissance et se perfectionner sur Twitter
- 👍 Accroître sa notoriété
- 👍 Développer, animer et engager sa communauté
- 👍 Gérer sa veille sur Twitter

Formateur

Notre formatrice, experte des réseaux sociaux et notamment de Twitter, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 7 ans.

Prérequis de la formation

Avoir un compte Twitter

À qui s'adresse cette formation ?

Chefs d'entreprises, des Directeurs marketing, des Responsables ou des Chargés de communication interne et externe, des Webmarketers, des Rédacteurs, des Journalistes.

Présentation

Twitter est le réseau social d'influence par excellence : tweet, tweet list, retweet, RT, follower, hashtag, mention, DM, des termes ancrés dans notre vocabulaire.

On entend par influence la capacité d'un individu ou d'une marque à modifier les représentations, voire les comportements, d'autres individus. Dans cette optique, Twitter s'affiche comme un levier déterminant, du fait de sa capacité à générer et capter une information toujours plus virale et donc potentiellement impactante.

De Barack Obama à Donald Trump, de Taylor Swift aux mouvements #Metoo ou #Balancetonporc, des peuples aux sportifs, des journalistes aux attachés de presse, peu d'influenceurs échappent à Twitter.

La formation « Twitter au service de sa stratégie d'influence », vous délivrera les clés de la visibilité au service d'une meilleure notoriété pour vous et/ou votre marque. Elle vous formera également à la veille pour identifier les influenceurs et mener des actions auprès d'eux.

Programme

Définir une stratégie de présence sur Twitter

- Rappel des 5 usages clés sur Twitter, véritable point de départ d'une stratégie d'influence réussie
- Définir et optimiser sa stratégie éditoriale
- Intégrer Twitter dans son écosystème social, comment faire cohabiter Twitter avec d'autres outils (Facebook, Instagram...)?
- Atelier : Analyse de quatre comptes emblématiques

La veille

- Twitter search
- Les mots-clés
- Les trending topics (#TT)
- Les listes (groupe spécifique de comptes Twitter)
- Les influenceurs, leur identification, leur animation

La publication

- Focus sur un compte institutionnel
- Focus sur un compte de recrutement
- Focus sur un compte de SAV
- Focus sur le live tweet
- Focus sur la publicité
- Atelier : Définition d'une ligne éditoriale sur la base d'un cas fourni

Se perfectionner

- Faire le bilan de son activité sur Twitter
- Comment tweetez-vous ?
- Les "best practices"
- Les statistiques Twitter
- Les outils d'optimisation

Conclusion de la formation, évaluation et tour de table

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, atelier, échanges d'expérience.

Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr