

Durée : 1 jour(s)

Objectifs

Savoir créer une stratégie de marketing viral

Réagir en cas de « bad buzz »

Pré-requis

Webmaster, service marketing et communication

Connaissance des réseaux sociaux

Plan de cours

1. Le paysage média change

L'avènement du consomm'acteur : bouleversement de la relation
marque-consommateur

Les médias traditionnels remis en cause, l'émergence de nouveaux médias

Le nouveau profil du consommateur

La marque en 2013

Enjeux du marketing viral

La démultiplication des risques et des opportunités

2. Construire une stratégie de buzz marketing 2.0

Clarifier ses objectifs

Gérer les ressources clefs : interne et externe

3. Etude de cas du marketing 2.0 réussi

4. Les enjeux de la e-réputation

Sélection des outils de veille

L'analyse

Méthodologie: anticipation, écoute, action/réaction, prise de parole

5. Réagir en cas de crise : manager le bad buzz

6. Concevoir une campagne virale

Bonnes pratiques et études de cas

7. Activer ses campagnes : l'influence digitale

Les prescripteurs, les influenceurs

Les blogs et le microblogging au coeur de l'influence

8. Le phénomène communautaire : transformer vos clients en fans

Créer des ambassadeurs de marque, Facebook & Twitter

Créer votre propre communauté/blog de marque

L'art du community management

9. Evaluer le ROI de vos campagnes buzz marketing