**Stratégie Social Media**

* **Enjeux de Notoriété :** être connu
* **Enjeu d’image :** préférence de marque, se différencier pour être choisi
* **Enjeu Commercial** : fidélisation des consommateurs

Technique de l’entonnoir (attraper le client en profondeur via les trois étapes précèdentes) :

*Inconnu -> Visiteur -> Lead -> Client -> Ambassadeur*

Document de stratégie : feuille de route pour établir la stratégie digitale.

Méthodo via QQOQCPC : qui quoi où comment quand pourquoi comment

**Méthodo:**

1. Eléments de stratégie du client
2. Diagnostic audit de l’existant
3. Benchmark : concurrents directs / assimilés (indirects)
4. Acteurs de référence (ceux chez qui vous pouvez chercher de l’inspiration : indispensable quand on part from scratch)

Exemple de tonalité employée dans les post : formules interdites, sémantiques autour des produits, verbes forts

**Grille d’animation Hebdomadaire :**

Par réseaux, nombre de posts prévus, type de contenu (pour répondre aux 9 points qualités des publications)

Faire l’équivalent en mode mensuelle (semaine A, B , C , D) pour avoir une vision long terme de l’éditions des contenus

**Maquettes de publications fictives :**

Contenu, visuel, emoji

Noter les temps forts sur lesquels l’entreprise doit se positionner

KPI : portées, audience, followers, top 5 des meilleurs publications

**WebAgency :**

1. concurrents directs : agence web standard
2. indirects : agence de comm’ globale digitale