

Maximiser l'impact de votre marque sur YouTube

S'adresse aux :

Responsables du marketing, responsables des communications, responsables des relations publiques, chefs de produit et gestionnaires de communauté.

Formule :

Une journée complète de 9h à 17h

Durée :

7 heures (1 jour)

Inclus :

Tout est compris : le déjeuner, les pauses santé, le dîner préparés par le restaurant Rhubarbe et le matériel didactique. Matériel requis : ordinateur portable et téléphone intelligent

Objectifs

- Comprendre l'écosystème de YouTube
- Créer des stratégies efficaces pour atteindre vos cibles
- Développer votre communauté en ligne

Programme complet

1/L'écosystème de YouTube

- Tour d'horizon de YouTube et de ses principales caractéristiques
- Qui sont les YouTubeurs ? Écosystème des créateurs de la plateforme
- Le comportement du consommateur sur YouTube
- Marques vs créateurs sur YouTube [Études de cas]

2/Créer du contenu efficace

- Création vs cocréation vs collaboration
- Types de collaborations sur YouTube
- Comment optimiser votre chaîne YouTube et son contenu [Atelier] Déterminez le contenu pertinent pour vos cibles

3/Concevoir la publicité sur YouTube

- Les différents formats de publicité sur YouTube
- Les règles en place pour faire de la publicité sur YouTube

4/Mesurez vos résultats

- Déterminez les principaux indicateurs de performance
- Choisissez les outils pour mesurer la performance de vos vidéos
- YouTube analytics en détails [Atelier] Mesurez les résultats de vos efforts sur YouTube

Les « plus »

- Une méthode unique incluant un débrief de 30 minutes rappelant les notions apprises.
- Méthode pédagogique axée sur des cas pratiques et des techniques concrètes.

Les avantages du CAMPUS

Infopresse pour votre entreprise :

- Attestation Infopresse indiquant les unités d'éducation continue validée (0,7), signée par l'experte et Infopresse
- Formations reconnues par la Commission des partenaires du marché du travail et la SOFEDUC
- Certaines formations peuvent être éligibles à la loi du 1 %