

Définir une stratégie marketing avec TikTok



- **2 jours / 14 heures**
- **790€ H.T / personne**
- **Effectif maximum 10 personnes**

PUBLIC

- Professionnels du marketing, entrepreneurs, community managers et toute personne souhaitant améliorer la qualité visuelle de ses contenus digitaux

PRÉREQUIS

Aucun pré-requis nécessaire pour suivre cette formation.

OBJECTIFS

- Comprendre les bases et le fonctionnement unique de TikTok
- Savoir identifier et adapter les tendances à vos propres objectifs
- Élaborer une stratégie éditoriale efficace pour engager et convertir l'audience
- Analyser, mesurer et optimiser les résultats pour maximiser votre impact

MÉTHODE ET MOYENS

- Prise en compte des attentes et des besoins identifiés préalablement à l'action de formation.
- Alternance d'apports théoriques, démonstrations, d'exercices pratiques et de partages d'expériences.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION

- Démonstrations et travaux pratiques avec des documents écrits, Powerpoints, Plateforme en ligne.
- Outils d'évaluations des acquis communiqués en début d'action de formation : QCM, Travaux Pratique, exercice...

APRÈS CURSUS

- Optimiser sa présence sur TikTok et augmenter son audience
- Développer une stratégie de contenu adaptée à ses objectifs marketing

PROGRAMME

- TikTok : chiffres clés et tendances actuelles
- Comprendre l'algorithme et les facteurs de viralité
- Les types de contenu qui fonctionnent sur la plateforme
- Études de cas de marques performantes sur TikTok
- Déterminer ses objectifs (notoriété, engagement, conversion)
- Identifier sa cible et adapter son ton de communication
- Élaborer une ligne éditoriale et un planning de publication
- Exploiter les tendances, challenges et hashtags pour booster sa visibilité
- Les formats de vidéos et fonctionnalités essentielles
- Utilisation des outils créatifs intégrés à TikTok
- Techniques pour capter l'attention dès les premières secondes
- Bonnes pratiques pour maximiser l'engagement et la viralité
- Introduction à TikTok Ads : formats et stratégies publicitaires
- Collaborations avec des influenceurs et UGC (User Generated Content)
- Analyser les KPI et optimiser ses performances marketing
- Adapter sa stratégie en fonction des résultats et des tendances