

**-Définir la ligne éditoriale de votre entreprise-**

**Cas pratique n°1 :** Identifiez votre audience en identifiant au moins un persona

**Âge :**

**Travail :**

**Situation personnelle :**

**Localisation :**

**Centres d’intérêts :**

**Personnalité :**

**Objectifs :**

**Motivations d’achat :**

**Frustrations :**

**Rédiger sa biographie :**

**Canaux digitaux utilisés :**

**Marques préférées :**

**Cas pratique n°2 :** Identifiez vos ressources internes (temps, personnel, budget,...)

**FORCES :**

**FAIBLESSE :**

**Cas pratique n°3 :** Identifiez les ressources externes (modèle PESTEL)

**Politique :**

**Economique :**

**Sociale :**

**Technologique :**

**Écologique :**

**Législatif :**

**Cas pratique n°4 :** Identifier les ressources

**Menaces des nouveaux entrants :**

**Pouvoir de négociation des clients :**

**Menace des produits de substitution :**

**Pouvoir de négociation des fournisseurs :**

**Cas pratique n°5 :** Choisir un média en fonction de son objectifs et de ses moyens

- Analysez la situation de votre entreprise (ancienneté de l’entreprise, zone de chalandise, éventuel rachat, équipe,...)

- Définissez un ou des objectifs (SMART)

**Spécifique - Mesurable - Atteignable - Réaliste - Temporel**

Exemple : Augmenter votre chiffre d’affaires mensuel de 50% en 2023

- Déterminez votre budget marketing

- Choisissez les médias adaptés

- Planifiez vos actions

**Cas pratique n°6 :** Définir une ligne éditoriale

- Définissez les thématiques que vous souhaitez aborder pour chaque réseau social

Exemple de thématique : les bougies

- Déterminer les sujets

Exemple de sujet : Comment recycler un porte bougie pour moins de 2 € ?

- quels types de publications allez-vous créer ? (post, story, réel, live,...)

Si c’est une vidéo, réfléchissez au déroulé de la vidéo.

- Planifiez au besoin

**Astuce :** Utilisez un outil de planification, comme Metricool, Hootsuite, Meta Business…, pour programmer à l’avance vos publications (le cas ne s’applique pas pour un live bien sûr mais vous pouvez programmer un post ou une story pour annoncer la date et l’heure du live !).