

DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

IDENTIFIER LES NOUVEAUX USAGES DU DIGITAL

- › Les internautes acteurs de leur communication
- › Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux

PANORAMA DES MÉDIAS SOCIAUX

- › Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo,
- › Pinterest, Instagram, Snapchat, ...
- › Blogs, wikis : quels usages pour son entreprise ?

UTILISER LES RÉSEAUX ET LES MÉDIAS SOCIAUX

FACEBOOK :

- › Les différents formats : profil, page, groupe
- › Quelle utilisation pour son entreprise ?
- › Le Edge Rank de Facebook
- › La publicité sur Facebook

INSTAGRAM :

- › Fonctionnement et spécificités
- › Quelle utilisation pour son entreprise ?
- › Créer une publication efficace et choisir ses hashtags

TWITTER :

- › Fonctionnalités et usages
- › Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers
- › Intérêt pour son entreprise ?

LINKEDIN ET SLIDESHARE :

- › Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
- › Intérêt et usages pour son entreprise ?
- › Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel

CHAÎNE YOUTUBE : QUELLE PLACE DANS LES DISPOSITIFS MÉDIAS SOCIAUX DES ENTREPRISES ?

- › Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat
- › La vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, YouTube, Live

L'E-REPUTATION ET LA VEILLE EN LIGNE

- › Définitions : identité numérique, personnel branding et e-reputation
- › L'importance du moteur de recherche
- › Mettre en place un dispositif de veille

SE CRÉER UNE IDENTITÉ NUMÉRIQUE & LA VALORISER

- › Veille
- › Effacer ses traces
- › Se renseigner sur ses interlocuteurs

SITUATIONS DE CRISE ET POSSIBILITÉS D'INTERVENTION

DURÉE - LIEU

21 h - (3 jours)

Nous consulter pour un programme personnalisé. Formation en présentiel. Face à face. En intra. ou inter.

PRÉ-REQUIS

Connaissances de base de l'outil informatique et de l'internet.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne appelée à travailler en toute sécurité sur les réseaux sociaux..

OBJECTIFS

Mesurer les enjeux des usages du digital et des médias sociaux par les clients. Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement. Acquérir les fondamentaux et mesurer l'importance de l'e-reputation

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

Formation dirigée par un professionnel du commerce. Elle s'appuie sur des apports théoriques et pratiques (méthodologie, mise en application, supports de cours).

SUIVI / ÉVALUATION / SANCTION

Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera réalisée. Attestation de compétences remise en fin de session à chaque stagiaire.

CODE CPF

INTERVENANT

LEGRAS Jean-François

TARIF

Voir convention