



A DISTANCE



PRÉSENTIEL

Communiquer à travers les réseaux sociaux

CONCEPTS ET ENJEUX DES RÉSEAUX SOCIAUX

Le développement des réseaux sociaux – panorama des réseaux sociaux
L'importance des communautés sur le web : réalité, impacts et fondamentaux du Web 2.0
Gérer sa « e-réputation » sur les réseaux sociaux

NOUVELLES MÉTHODES DE COMMUNICATION VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Chiffres
Web 2.0, social media, réseau social quéésako
Comprendre l'écosystème des réseaux sociaux
Les différents enjeux, les usages et les freins

USAGES ET FONCTIONNEMENT DES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

PRÉSENTATION DE FACEBOOK ET DE SON ÉCOSYSTÈME

Définir ses besoins en fonction des outils Facebook
Messenger
Page fan
Groupe
Evènement
Instagram
Profil / page / groupe quelles différences ?
Outils de diffusion de contenus
Outils d'interaction

USAGES ET FONCTIONNALITÉS DE TWITTER

Déjargonner Twitter
Fonctionnement de base de Twitter
Bien publier en 140 caractères
Détecter les usages pour son activité professionnelle
Outils pro : Tweetdeck, Dashboard, Curator

YOUTUBE

Processus de mises en ligne d'une vidéo
Optimisations de sa vidéo avant publication
SEO Youtube - Référencer au mieux ses vidéos

BLOG D'ENTREPRISE

L'importance de l'éditorial pour les moteurs de recherche
Fréquence de diffusion
Comprendre les bases de la rédaction web

OPTION - INSTAGRAM ET PINTEREST

Usages de partage de photo
Fonctionnement de Pinterest et Instagram
Editorialiser et organiser ses photos
Quelles audiences sont présentes sur ces 2 réseaux sociaux

OBJECTIFS

S'approprier le vocabulaire associé au sujet, connaître les chiffres clés du marché et appréhender l'importance des réseaux sociaux pour atteindre sa cible de communication.
Faire un panorama des principaux réseaux sociaux et de leur positionnement B2C et B2B

PRÉ-REQUIS

Bonne pratique d'Internet

PUBLIC

Personnel de direction salarié
Personnel d'encadrement (responsable projet...)
Représentant du personnel

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION: IMPLIQUER

Questionnaire pré-formation et/ou recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION: APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Mises en pratique (70%), échanges (20%) et apports théoriques (10%)
Elaboration de son plan d'actions personnalisé

APRÈS LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Rappels de contenu envoyés par mail
Suivi post-formation

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, exercices

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Tests, cas pratiques, exercices, mises en situation, jeux de rôle...

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction stagiaire
Synthèse fin de stage du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION

DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Cf planning