

COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Durée – 14.00 heures espacées dans le temps

Public concerné – Chargé de communication, Web marketer, Responsable marketing communication, Community manager.

Pré-requis : Être à l'écoute de la culture « nouvelles technologies »

Objectifs pédagogiques

- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux.
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises.

Contenu de la formation

1 – Identifier les nouveaux usages du Digital

- Les internautes acteurs de leur communication.
- Définir les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective.

2 – Panorama des médias sociaux

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

3 – Utiliser les réseaux et les médias sociaux

Facebook :

- Les différents formats : profil, page, groupe.
- Quelle utilisation des pages business par les marques.
- Le Edge Rank de Facebook.
- La publicité sur Facebook.

Instagram :

- Fonctionnement et spécificités.
- Quelle utilisation par les entreprises ?
- Créer une publication efficace et choisir ses hashtags.

LinkedIn et Slideshare :

- Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
- Intérêt et usages par les entreprises.
- 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,...

4 - L'e-reputation et la veille en ligne

- Identité numérique, personal branding et e-reputation : l'importance du moteur de recherche.
- Mettre en place un dispositif de veille.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Nos responsables pédagogiques et formateurs sont des experts reconnus dans leurs métiers

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil du ou des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

Caractéristiques et modalités

Type de parcours de formation : Présentiel, inter et intra, pédagogie active.

Niveau d'entrée : sans niveau spécifique

Niveau de sortie : sans niveau spécifique

Modalités d'admission : Admission sans disposition particulière

Modalités d'accès à la formation : Entre 1 et 90 jours à partir de la demande d'inscription

Accessibilité : Accessible aux personnes en situation de handicap

Les points forts de la formation

- Pendant la formation en présentiel, mise en œuvre en situation de travail.
- Deux jours à raison de séances d'environ 2 hrs espacés dans le temps pour acquérir une expertise sur les nouveaux usages du Web en marketing et communication.
- Des exemples concrets et actualisés en permanence.
- Une pédagogie active et personnalisée.
- Le + digital : des quiz interactifs.