

Les fondamentaux du web et des réseaux sociaux initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucun
 Pré-requis	Il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur et à l'environnement Windows	 Date	Voir convention
 Public	Toute personne débutant désirant acquérir les rudiments du web et réseaux sociaux	 Lieu	Voir convention
 Intervenants	Formateur issu de la bureautique, communication et/ou webmarketing	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :

Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

Outil pédagogique :

Supports papiers

Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie

Validation :

Attestation de fin de stage

OBJECTIF

Se familiariser avec les réseaux sociaux - Savoir utiliser les différents réseaux - Les enjeux des opérations marketing

PROGRAMME

JOUR 1 :

Identifier les nouveaux usages du Web

- Les internautes acteur de leur communication.
- Les réseaux sociaux : facebook, twitter, linkedin, viadeo, pinterest, tumblr, fousquare,...
- Les sites participatifs et le crowdsourcing.

Comprendre les caractéristiques des sites Web

- Blogs, wikis, espaces collaboratifs, flux, RSS, applications en ligne....
- Les mashups et les applications Internet enrichies.
- Le cloud computing
- Page personnalisée, agenda en ligne, bureau virtuel, stockage de données....

Présentation des principaux réseaux sociaux.

- Définition et historique des réseaux sociaux
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?
- Quels sont leurs modes de fonctionnement
- Les règles de confidentialités (protection de la vie privée)
- La sécurité sur les réseaux sociaux
- Le vocabulaire

Utiliser et distinguer les différents types de réseaux sociaux

- Les réseaux grands publics à usage professionnels (Facebook, Twitter, MySpace)
- Les réseaux exclusivement professionnels (Viadeo, LinkedIn...)
- Spécificités et conseils d'utilisation des réseaux sociaux
- Comment choisir son réseau ?
- Que recherche-t-on et dans quel but ?
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?

JOUR 2 :

Observer, participer ou créer un blog

- Présentation de la blogosphère : la force du réseau d'utilisateurs.
- Comprendre le fonctionnement d'un blog (article, commentaire, trackback...).

Communiquer efficacement sur les réseaux sociaux.

- Découvrir et se repérer dans l'interface (Viadeo, LinkedIn, Facebook.)

- S'inscrire, se créer un compte professionnel ou personnel
- Optimiser son profil
- Personnaliser sa page (photos, contenus)
- Définir ses paramètres de confidentialités.
- Etablir des contacts
- Envoyer son CV sur les réseaux professionnels.

Les futurs leviers du Web

- Le marketing social
- L'essor du Web mobile : PDA, smartphones, tablettes tactiles...
- Apps mobile versus Web Apps.
- La géolocalisation

Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux

- Les influenceurs : les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre.
- Le marketing participatif : les facteurs clés de succès de la co-création.

Prospecter, conquérir et fidéliser sur les médias sociaux..

- Les meilleurs médias sociaux pour prospecter, conquérir ou fidéliser.
- Etapes clés d'une démarche opérationnelle : objectifs, cibles, médias sociaux et KPL