

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL ET DES RESEAUX SOCIAUX

Objectif de la formation :

- 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.

Public concerné et pré requis :

- Toute personne débutant sur les réseaux sociaux et désirant se familiariser avec les réseaux et les médias sociaux.
- Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet.

Modalités techniques et pédagogiques

- La formation est réalisée à l'aide de support formateur (vidéoprojecteur, documentation, exercices...).
- Pour les stages en entreprise, prévoir une salle de formation : paperboard, vidéoprojecteur.

Suivi et évaluation

- Évaluation à partir d'une étude de cas concrète et interaction permanente entre les participants et le formateur.
- Questions / Réponses tout au long de la formation et passage
- Attestation d'assiduité et de fin stage

Modalités de déroulement

- Formation en intra : durée à définir avec le formateur
 - Dates sur-mesure
 - 16 centres de formations
- Adaptation du programme en fonction du besoin du stagiaire.

Programme :

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.

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 l'entreprise ?

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.
- Twitter :
 - Fonctionnalités et usages.
 - Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...
 - Intérêt pour une entreprise.
- 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, ...

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.