

COMMUNIQUER AVEC LES RÉSEAUX SOCIAUX



OBJECTIFS & COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES VISÉES

- Optimiser la visibilité d'un site web à partir de l'utilisation des réseaux et médias sociaux ;
- Développer l'image de marque et générer une communauté d'utilisateurs et de consommateurs fidèles.

PARTICIPANTS

Webmaster, community manager ou responsable de sites Web souhaitant générer du trafic qualifié sur leur site Internet.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formation dispensée en présentiel dans une salle équipée de matériel pédagogique : vidéoprojecteur, paperboard, postes informatiques individuels, support de cours

PRÉREQUIS

Pratique courante de l'outil informatique et d'internet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION NIVEAU D'ENTRÉE & DE SORTIE

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

Formation certifiante : **possibilité de suivre le parcours « Création de site / Webmarketing » et de passer le PCIE** – éligible au CPF / 237556

DÉLAIS D'ACCÈS

Variables en fonction du statut, du financeur et du planning de nos formations en inter : merci de nous consulter.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter.

PROGRAMME

IW - 10

2 JOURS
14 HEURES

4 À 8 PARTICIPANTS

INTRA OU INTER
SUR MESURE

300 € / JOUR*
PRIX INTER



www.contact@modula-formation.com



05 56 44 58 68

+ de formations sur :

www.modula-formation.com

TECHNIQUES D'ENCADREMENT

Formation en présentiel dispensée par un formateur professionnel du milieu du web.



PROGRAMME

LA DIMENSION SOCIALE D'INTERNET

- Les briques de construction et l'utilisation du Web social
- La dimension sociale des services en ligne
- La construction de l'identité numérique
- Anonymat ou transparence ?
- La recherche de personnes sur Internet : le profil
- Personnalisation et paramètres : notifications, données, ...

OUTILS DE LA COLLABORATION NUMÉRIQUE ET TYPOLOGIE DES RÉSEAUX SOCIAUX

- 10 exemples d'outils et d'usages collaboratifs et sociaux
- Frontière sphère privée et sphère publique
- Gestion de la réputation numérique
- Distinguer les différents types de profils : personnel, entreprise, groupe, événement, ...
- Étendre ses opportunités de rencontres professionnelles.
- Qu'est-ce qu'un réseau ou un média social ?
- Principales utilisations et plateformes communes
- Public cible
- Inscription rapide : créer, éditer son profil
- Actions : post, article, commentaire, partage, like, hashtag, ...
- Le réseaux : amis, relations, groupes, pages, ...
- Invitations et messagerie

GÉRER SON PROFIL PERSONNEL OU PROFESSIONNEL

- Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux
- Social bookmarking et syndication RSS
- Mesure d'audience versus réputation
- « Insight » : engagement, portée, mentions, tendances, liens, ...
- Gérer la critique et/ou les réclamations
- Optimiser le passage à l'acte du prospect par le « call to action »

AFFICHER SA PRÉSENCE

- Planifier et créer le contenu approprié, suivre la campagne, évaluer les performances de la campagne ; multiplier les dispositifs de publication
- Le blog personnel ou collectif au centre de la construction du réseau social
- Les clés du référencement et de la visibilité numérique : optimiser les liens
- Rendre une publication « virale »
- Les bonnes pratiques en matière de création de contenus

STRATÉGIE ET SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- Gérer votre stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- État des lieux de vos projets (intranet, système d'information, site web)
- Quels dispositifs de communication (interne ou externe) intégrer
- Savoir ce qu'est le management des réseaux sociaux et identifier ses fonctions les plus communes.
- Collaboration avec des influenceurs : avantages et inconvénients

