

LE WEB 2.0 ET LES MÉDIAS SOCIAUX

Les fondamentaux de la communication digitale

DURÉE : 2 JOURS

14 heures - Présentiel

PRÉ-REQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur et la navigation sur Internet

OBJECTIFS

Mesurer les enjeux des nouveaux usages du Web 2.0 et des médias sociaux
Se familiariser avec les réseaux sociaux et les utiliser

PUBLIC VISÉ

Toute personne désirant se familiariser avec les outils du Web 2.0

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Diagnostic pédagogique amont permettant de regrouper les apprenants par niveau homogène et d'assurer la parfaite adéquation entre vos besoins et le programme
- Organisation en petit groupe de 1 à 6 apprenants maximum garantissant une meilleure interactivité
- 1 poste informatique par apprenant
- Environnement confortable, calme et propice à la concentration (dans nos salles)
- Supports de cours et documentation individuels de qualité (livrets papier)
- Enchaînement de : ① théorie
② démonstration par l'exemple
③ mise en pratique sur exercices
- Visualisation et partage des connaissances transmises par projection audiovisuelle en appui
- A l'issue de la formation, tous les exercices et leurs corrigés vous sont remis

MOYENS D'ENCADREMENT

Consultant formateur spécialisé, validé par notre équipe tant sur la capacité pédagogique que la connaissance technique métier

MOYENS D'ÉVALUATION

Diagnostic préalable des connaissances individuelles à partir d'un questionnaire de positionnement
Évaluation de l'atteinte des objectifs par l'apprenant
Évaluation du transfert des acquis par le formateur

ORGANISATION - INTER OU INTRA

INTER-ENTREPRISES

Prix et dates sur calendrier si programmé

PRIX INTRA-ENTREPRISE

Sur devis - Programme adaptable en intra

CONTENU PEDAGOGIQUE

Les nouveaux usages et enjeux liés au numérique

Les évolutions d'Internet durant ces dernières années
Les évolutions sociologiques (génération X, Y et Z)
L'impact sur l'économie : économie collaborative et ubérisation
La multiplicité des supports et la portabilité

Du Web 2.0 au Web Sémantique

Panorama et stratégie liés aux réseaux sociaux : Facebook, Google+...
Comprendre et utiliser les médias sociaux : Youtube, Instagram...
L'univers du Blogging : les blogs, Twitter, Tumblr...
L'évolution des algorithmes des outils rendus « pertinents »

Les nouveaux enjeux de l'influence digitale

Les nouveaux leviers d'influence : bloggeurs, instagrammeurs, twittos...
Trouver et qualifier des influenceurs
Cas pratique : faire fonctionner un blog pour son entreprise

E-réputation et veille

La notion d'identité numérique, d'E-réputation et de Personal branding
Savoir utiliser les moteurs de recherches
Appréhender les systèmes d'alertes et les flux RSS
Développer un suivi social
Faire de la curation

Se lancer dans une communication qui performe

Définir et trouver vos cibles
Avoir une stratégie d'influence, d'engagement et de conversion (Market Fit, Growth Hacking...)
Créer et enrichir une ligne éditoriale : clé de voute de vos contenus et messages
Définir une approche crosscanal
Mesurer l'efficacité : ROI digital (outils d'analyse, tableaux de bord)