

DURÉE : 2 JOURS

14 heures - Présentiel

PRÉ-REQUIS

Avoir suivi le réseaux sociaux Initiation ou avoir les connaissances équivalentes

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux des réseaux sociaux et savoir les utiliser comme moyen de promotion pour son entreprise ou site web

Développer une bonne e-réputation pour sa société

Maitriser LinkedIn et Twitter

Avoir des bases en Community Management

PUBLIC VISÉ

Chefs de projets - Chefs de produits - Responsables marketing – Webmasters - Responsables communication - Forces commerciales, souhaitant maitriser les fondamentaux des réseaux sociaux professionnels, les pratiquer de manière pertinente et dégager des gisements de productivité "business"

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

L'impact des réseaux sociaux professionnels sur les entreprises

L'identité numérique et la e-réputation

Les Relations Presse 2.0

Les Ressources Humaines 2.0

L'impact en termes d'organisation

Choisir les bons outils et développer du contenu utile

Développer un profil et une page sur LinkedIn

Le personal branding

La création d'un profil «expert » sous LinkedIn

Développer ses recommandations, compétences et contacts

Créer et paramétrer une page pro

Définir des contenus et une fréquence de diffusion

Dans la Pratique : Twitter pour mon entreprise

A quoi va me servir Twitter

Paramétrer et personnaliser son compte

Créer des tweets efficaces

Récupérer de l'information et faire votre veille

Etre suivi et devenir un expert métier

Faire de la gestion client

Créer une Chaîne Youtube

Les enjeux de la vidéo sur le web et la communication externe BtoB

Optimiser ses vidéos : durée, titre, description...

Choisir ses sujets et faire appel à un prestataire

Intégrer des vidéos dans son site web institutionnel

Premiers pas dans le Community management

Développer du contenu (texte/image/vidéo)

Utiliser un outil de Social Media Management

Faire de la veille sectorielle

Mesure du ROI

Pilotage de sa présence sociale