

MODULE 5

Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

SEQUENCE 2 :

IMAGE WEB :

Réseaux Sociaux , E- REPUTATION

(2 jours)

Objectifs :

- Appréhender les réseaux sociaux
- Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation



Certificat n° STC/115
R372m – R377m–R386 – R389 – R390

En termes de communication et de marketing, la maîtrise des outils de navigation internet et des réseaux sociaux, est devenue une obligation pour toute entreprise quel que soit sa taille.

Les sites internet sont les vitrines des entreprises, mais aussi des guichets où l'on peut effectuer des démarches et payer des factures.

L'objectif de cette séquence est de rendre plus accessible et plus efficace l'utilisation des outils internet que sont les réseaux sociaux et le navigateur internet.

La connaissance de l'histoire du réseau internet, du vocabulaire et de termes techniques sont nécessaires pour une parfaite maîtrise.

Objectifs :

- Connaître l'historique des réseaux sociaux
- Identifier la particularité de chacun des réseaux sociaux
- Connaître le principe de fonctionnement de chacun des réseaux sociaux.
- Utiliser les réseaux comme des éléments courants de communication et de marketing de l'activité professionnelle
- Naviguer sur le réseau et trouver la bonne information sur les sites classiques et spécialisés
- Comprendre la dématérialisation
- Connaître les procédures de remises de documents dématérialisés sur les sites spécialisés.
- Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation.

Programme de la formation :

Jour 1

Réseaux sociaux

- Présentation-Définitions
- L'utilisateur, acteur des réseaux sociaux
- Les différents grands réseaux sociaux
 - ✓ Facebook
 - ✓ Twitter
 - ✓ LinkedIn
 - ✓ Viadeo
 - ✓ Pinterest
 - ✓ Tumblr
 - ✓ Foursquare
 - ✓ ...
- Présentation et sélection des outils
- Création et valorisation de profil
- Bonnes pratiques et utilisation contrôlée
 - ✓ Profil
 - ✓ Recommandations
 - ✓ Mise en relation

Présentation des principaux réseaux sociaux Particularité de ces réseaux

Cas pratique : Facebook ou/et linkedIn
Création d'un profil
Recherche et invitation de contacts
Recommandations





Référencement Internet & E-Réputation

- Définition
 - ✓ Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche
 - ✓ Sites référents
- Distinction indexation-référencement-positionnement
- Bonnes pratiques de référencement naturel
 - ✓ Choix de « mots clefs »
 - ✓ Url, Balises, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes
 - ✓ Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités
 - ✓ Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)
- Techniques de référencement payant
- Outils de référencement
- Google :
 - ✓ Adresse,
 - ✓ Shopping,
 - ✓ Images,
 - ✓ Adwords,
 - ✓ Pénalités Google
- Analyse et outils

Les différents types de présence sur Internet | Entre référencement et E-Réputation

- Site Internet
- Moteurs de recherche
- Réseaux sociaux
- Blogs
- Wiki & Espaces collaboratifs
- Flux
- Fora professionnels
- Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...)



Certificat n° STC/115
R372m – R377m–R386 – R389 – R390

Notion de E-Réputation

- Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personnal-Pro Branding
- Les différents types de présence
- Risques
- Contexte juridique o Droit de l'internet
 - ✓ Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur)
 - ✓ Droit des personnes
 - ✓ Propriété intellectuelle
 - ✓ Droit de la concurrence
 - ✓ Droit de la Presse
- Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression
- Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation
- Méthodes ou outils de veille
 - ✓ Se créer une identité numérique & la valoriser
 - ✓ Veille
 - ✓ Effacer ses traces
 - ✓ Se renseigner sur ses interlocuteurs
 - ✓ Situations de crise et possibilités d'intervention

• Le référencement :

Définition

Les sites de référence

Choix des méthodes de référencement



• Site internet et Réseaux sociaux :

Complémentarité du site internet : les réseaux sociaux

Choisir un réseau social pour le développement de son site internet



Organisation de l'action :

- Formation magistrale en groupe
- Mise en situation

Méthodologie de l'action :

- Apports théoriques et pratiques
- Imprime écran
- Illustrations, exemples
- Mise en situation
- Micro-vidéos de situation + et –

Principaux Moyens Pédagogiques

La pédagogie active et participative permet de mobiliser l'expérience professionnelle des participants, pour apprécier la situation et résoudre le problème.

Cette pédagogie vise une autonomisation de tous. Le formateur fournira des supports et des vidéos.

Le formateur apporte un accompagnement personnalisé sur la base de divers documents.