

Module 6 :

Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux + e-reputation (2j)

Objectifs :

- Mesurer les enjeux des usages du digital et des médias sociaux par les clients
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Acquérir les fondamentaux et mesurer l'importance de l'e-reputation

Programme :

Identifier les nouveaux usages du Digital

- Les internautes acteurs de leur communication
- Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux

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 son entreprise ?

Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Facebook :
 - o Les différents formats : profil, page, groupe
 - o Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - o Le Edge Rank de Facebook
 - o La publicité sur Facebook
- Instagram :
 - o Fonctionnement et spécificités
 - o Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - o Créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- Twitter :
 - o Fonctionnalités et usages
 - o Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers, ...
 - o Intérêt pour pour son entreprise ?
- LinkedIn et Slideshare :
 - o Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
 - o Intérêt et usages pour son entreprise ?
 - o Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel
- Chaîne YouTube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?

Module6 :

Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux + e-reputation (2j)

- 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

- Définitions : identité numérique, personal branding et e-reputation
- L'importance du moteur de recherche
- Mettre en place un dispositif de veille
 - o Se créer une identité numérique & la valoriser
 - o Veille
 - o Effacer ses traces
 - o Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Situations de crise et possibilités d'intervention

Formateurs :

Emmanuelle ROUCHON, Guilhèm VILLANOVA

Couverture Géographique :

34, 30,11,66

Communication Mallette du dirigeant :

Les formateurs s'engagent à publier le programme les dates et lieu de session sur leur site internet.

Pré-requis :

Chaque stagiaire devra se munir d'un ordinateur.

Public :

Tout public

Démarche pédagogique :

Module 6 :

Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux + e-reputation (2j)

Méthode pédagogique actives visant à susciter fortement l'implication des participants :

- Alternance d'apports théoriques et de cas pratiques, d'échanges et de co construction d'outils, de réflexions individuelles.
- Partage d'expérience et échanges de pratiques entre participants.

Les contenus, le rythme et les méthodes seront adaptés en fonction du profil des participants, de leurs attentes, de leurs contributions.

Support moyens pédagogiques :

Sera fourni un « livret stagiaire » regroupant à la fois les éléments théoriques mais aussi les outils propres à la démarche.

Conditions de la formation :

Pour un stagiaire seul (réservé au département de l'Hérault) La formation se déroulera dans l'entreprise du stagiaire.

Dans les autres départements il est possible d'ouvrir une session de formation à partir de 3 stagiaires.

Nous disposons d'une salle de formation dans chaque département (louée ponctuellement ou appartenant à CREALEAD).

Nos salles peuvent accueillir jusqu'à 16 stagiaires et disposent de l'accessibilité personnes à mobilité réduites. Les salles sont à minima équipées d'un paper-board ou tableau effaçable.

Chaque formateur est équipé d'un ordinateur et d'un vidéo projecteur.

Dispositif d'évaluation :

Evaluation Formative :

- pendant la formation (tour de table)
- et en fin de formation QUIZZ des connaissances.

Evaluation Qualitative en fin de formation (à chaud) :

- L'organisation de la formation :
qualité du plan de formation, précision de la convocation, qualité des modalités d'organisation matérielle (accueil, locaux...);
- L'efficacité pédagogique :
conformité des objectifs avec le programme annoncé, clarté du contenu de la formation, animation de la formation, supports et documents adaptés, rythme et durée, échange et participation avec le groupe, adaptation de la formation au niveau des stagiaires ;

Module6 :

Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux + e-reputation (2j)

- Les apports de la formation : atteinte des objectifs, réponse aux attentes, apport de nouvelles connaissances, apport de nouvelles compétences, possibilité d'application professionnelle durant le prochain trimestre.

Suivi post-formation (3 mois)

Nos formateurs.trices restent à la disposition des stagiaires durant toute la période post-formation, en assurant une veille **via mail avec possibilité d'échanges téléphoniques**. Les stagiaires pourront ainsi contacter le.la formateur.trice pour poser leurs éventuelles questions.

Le formateur s'engage ainsi à leur **apporter une réponse sous une quinzaine de jours**, selon le concept abordé et la finesse de la réponse nécessaire, par retour de mail ou par téléphone.