

Cette formation est essentielle parmi les 4 autres formations de la mallette du dirigeant dans la catégorie Nouvelles technologies et compétences numériques afin d'assurer cette transition du digital et développez votre présence sur internet pour trouver de nouveaux clients. Renforcer votre communication.

Organisme de formation

Réf. : PRO515-V1 – 09/03/2019

Durée :
2 Jours - (14 Heures)

Prérequis :
Maîtriser les bases de l'outil informatique

Modalités d'accès à la formation :
Aucun

Public :
Dirigeant d'entreprise et conjoints collaborateurs, inscrits à l'URSSAF en qualité de travailleurs non-salariés, ressortissants de l'AGEFICE⁽¹⁾,
Ce programme est destiné à ceux souhaitant être appuyés pour consolider et développer leur entreprise à travers le digital

(1) Visiter le site : communication-agefice.fr

Profil des intervenants :
Formateur spécialisé Webmarketing

Nombre de participants : 1 à 5

Date : Voir convention
Lieu : INTRA
Coût de formation : 700 € HT/stagiaire

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-réputation

Méthode et moyens pédagogique :

- Formation structurée en modules indépendants comprenant chacun trois phases : présentation d'une situation d'usage, explicitations des méthodes et outils logiciels nécessaires, mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise.
- Utilisation des documents de l'entreprise comme modèle

Outils pédagogique :

- Supports papiers

Formalisation à l'issue de la formation :

- Attestation de fin de stage

Evaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie + Evaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire

PROGRAMME

JOUR 1 :

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 ?

JOUR 2 :

Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Facebook :
 - Les différents formats : profil, page, groupe
 - Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - Le Edge Rank de Facebook
 - La publicité sur Facebook
- Instagram :
 - Fonctionnement et spécificités
 - Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - Créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- Twitter :
 - Fonctionnalités et usages
 - Le vocabulaire tweet, hashtag, followers,...
 - Intérêt pour son entreprise ?
- Chaîne YouTube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?
- Picture marketing (communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat)
- La vidéo en direct : Twitter (Periscope) Facebook Live, YouTube, Live,...

L'e-réputation et la veille en ligne

- Définitions : identité numérique, personal branding et e-réputation
- L'importance du moteur de recherche
- Mettre en place un dispositif 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