

Domaine : NOUVELLES TECHNOLOGIES ET COMPETENCES NUMERIQUES
Thème : RESEAUX SOCIAUX WEBMARKETING
Formacode : 34093
Durée en heures et en jour : 14 heures - 2 jours ou demi-journées
Modalité de la formation : Présentiel – Intra ou inter-entreprises
Public cible : Dirigeant, salarié, responsable digital de l'établissement
Nombre de personnes min et max : Intra 2 à 8 personnes, inter : 3 à 8 personnes
Prérequis : Savoir utiliser un ordinateur dans ses fonctions de base, et avoir une pratique de la navigation web et sur mobile
Objectifs : <ul style="list-style-type: none"> - 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
Programme : <p>Accueil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accueil et présentation. - Évaluation orale ou écrite des connaissances des stagiaires. <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les nouveaux usages du Digital <ul style="list-style-type: none"> - Les internautes acteurs de leur communication - Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux • Panorama des médias sociaux <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - Facebook : <ul style="list-style-type: none"> ○ Les différents formats : profil, page, groupe ○ Quelle utilisation pour son entreprise ? ○ Le Edge Rank de Facebook ○ La publicité sur Facebook - Instagram : <ul style="list-style-type: none"> ○ Fonctionnement et spécificités ○ Quelle utilisation pour son entreprise ? ○ Créer une publication efficace et choisir ses hashtags - Twitter : <ul style="list-style-type: none"> ○ Fonctionnalités et usages ○ Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers, ... ○ Intérêt pour son entreprise ? - LinkedIn et Slideshare : <ul style="list-style-type: none"> ○ Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ? ○ Intérêt et usages pour son entreprise ? ○ Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel <ul style="list-style-type: none"> - 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-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
 - Veille
 - Effacer ses traces
 - Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Situations de crise et possibilités d'intervention

Apprentissages et mise en œuvre

Ateliers pratiques et mises en situation issus des problématiques rencontrées en entreprise. Conseils individualisés

Conclusion

- Débriefing sur le travail réalisé, critiques et auto critiques constructives, proposition de méthodes de travail.
- Évaluation de fin de stage.
- Remise des attestations de stage, livret du stagiaire.

Modalités techniques, pédagogiques et d'encadrement :

1. Modalités techniques : supports pédagogiques, ordinateur et vidéoprojecteur, visuels, paperboard. Un livret synthétique de la formation et des documents annexes seront remis aux participants.
2. Modalités pédagogiques : Présentations et explications du formateur. Echanges avec les participants. Mise en situation, découverte, expérimentation. Réflexion sur ses pratiques, identification des problématiques, plan d'action réaliste après formation.
3. Modalités d'encadrement : le formateur transmet des bases théoriques, accompagne les travaux individuels et de groupe, évalue la compréhension en cours de formation, réalise des ajustements.

Modalités d'évaluation des connaissances :

Une évaluation orale ou un QCM en début de formation permet d'évaluer les connaissances des participants. Les exercices pratiques, les mises en situation permettent d'évaluer les acquis au cours de la formation. Un QCM valide les acquis de fin de formation.

Modalités d'évaluation de l'appréciation des participants

Une fiche d'appréciation est remplie par chaque participant en fin de formation pour évaluer leur niveau de satisfaction.

Document de fin de formation

Une attestation de formation nominative est remise à chaque participant ayant suivi l'intégralité de la formation.

Lieux et adresses :

Zones géographiques : PACA, Corse, Occitanie, Nouvelle Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Grand Est, Hauts de France, Ile de France, Bretagne

Tarif en euros NET DE TAXE en inter-entreprises : 560 €

Tarif en euros NET DE TAXE en intra entreprise : 700 €

MODULE 6 Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-réputation

Programme et horaires donnés à titre indicatif.

1^{er} JOUR

Heure	Durée	Objectif pédagogique partiel « à la fin le stagiaire sera capable de.... »	Ce que fait le formateur	Ce que font les participants	Méthode, supports, outils, documents
9h00	30 min	Présentations	Présentation du formateur, d'AFC du programme Recueil des attentes Evaluation du niveau des participants et de leurs représentations actuelles	Signature de la feuille de présence Expression des attentes Évaluation des connaissances	Feuille de présence. Programme de formation.
9h30	1h00	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les nouveaux usages du Digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Les internautes acteurs de leur communication - Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux 	Découverte. Questions	supports
11h00	2h00	<ul style="list-style-type: none"> • Panorama des médias sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat, ... - Blogs, wikis : quels usages pour son entreprise ? 	Découverte. Questions	Supports
12h30	1h00	Pause repas			

MODULE 6 Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-réputation

Programme et horaires donnés à titre indicatif.

Heure	Durée	Objectif pédagogique partiel « à la fin le stagiaire sera capable de... »	Ce que fait le formateur	Ce que font les participants	Méthode, supports, outils, documents
13h30	1h30	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les réseaux et les médias sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook : <ul style="list-style-type: none"> 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 : <ul style="list-style-type: none"> o Fonctionnement et spécificités o Quelle utilisation pour son entreprise ? o Créer une publication efficace et choisir ses hashtags 	Appropriation des outils Cas pratiques	Accompagnement à la prise en main outils
15h00	1h30	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les réseaux et les médias sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Twitter : <ul style="list-style-type: none"> o Fonctionnalités et usages o Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers, ... o Intérêt pour son entreprise ? - Linkedin et Slideshare : <ul style="list-style-type: none"> o Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ? o Intérêt et usages pour son entreprise ? o Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel 	Appropriation des outils Cas pratiques	Accompagnement à la prise en main outils
16h30	30min	Synthèse de la journée	Synthèse de la journée de formation	Questions	

MODULE 6 Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-réputation

Programme et horaires donnés à titre indicatif.

2e JOUR

Heure	Durée	Objectif pédagogique partiel « à la fin le stagiaire sera capable de... »	Ce que fait le formateur	Ce que font les participants	Méthode, supports, outils, documents
9h00	30 min	Réveil pédagogique	Rappel des notions du 1 ^{er} jour. Réponses aux questions	questions	Feuille de présence. Programme de la journée.
9h30	3h00	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les réseaux et les médias sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> - 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,... 	Appropriation des outils Cas pratiques	Accompagnement à la prise en main outils
12h30	1h00	Pause repas			
13h30	3h00	<ul style="list-style-type: none"> • L'e-reputation et la veille en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> - Définitions : identité numérique, personal branding et e-reputation - L'importance du moteur de recherche - Mettre en place un dispositif de veille <ul style="list-style-type: none"> 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 	Appropriation des outils Cas pratiques	Accompagnement à la prise en main outils
16h30	30min	Synthèse de la formation	Synthèse de la journée de formation en fonction des attentes exprimées.	Questionnaires d'évaluation de la formation. Questionnaire de satisfaction.	Questionnaires