

Web 2.0 et réseaux sociaux

2 j (14 heures)

Ref : WEB2

Public

Service Marketing : Responsable marketing, chef produit, assistant/e marketing,
Service Communication : responsable de la communication, Chef de projet Web, webmaster
Toutes personnes ayant à : utiliser les médias sociaux, gérer une communauté sur le web, connaître les bonnes pratiques de la communication web 2.0

Pré-requis

Aucun pré-requis technique, usage courant d'internet

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Cours et données théoriques, Diaporama de cours, Etude et optimisation des profils des stagiaires, des pages des entreprises
Vidéoprojecteur et tableau blanc
Support de formation

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

Véritable outil de communication depuis maintenant plus de 10 ans, il est temps de s'approprier les usages des médias sociaux et de la communication 2.0. :

- Comment tisser sa toile parmi tous les médias sociaux existants ?
 - Comment fédérer et engager une communauté avec sa marque ?
 - Comment passer d'une économie de promotion à une économie de conversation et de partage ?
- C'est tout l'enjeu des médias sociaux et de la communication 2.0.

Objectifs

Savoir pourquoi, quand et comment utiliser les réseaux sociaux
Optimiser votre veille et E-réputation sur internet
Construire une stratégie social media
Connaître les principaux médias sociaux
Utiliser les techniques de marketing viral
Acquérir un capital social dans la durée

Programme détaillé

INTRODUCTION

La révolution du web 2.0 : états des réseaux sociaux.

Les réseaux sociaux : un élément de la stratégie marketing digital.

POURQUOI UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX

Théorie sociologique et mathématique des réseaux sociaux.

Ce que le web 2.0 a changé : les internautes ACTEURS de la communication.

Veille et E-réputation : Ecouter le web social.

COMMENT INVESTIR LES MEDIAS SOCIAUX ?

Quels objectifs et quel positionnement ?

Choisir les bons médias sociaux, (grille de pertinence).

Conception et diffusion de contenus

Principe de communication web 2.0

LES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX A CONNAITRE

Facebook

LinkedIn

Pinterest

Instagram

Twitter

Slideshare / YouTube

Google+

Atelier : Créer / optimiser ses comptes sur les principaux réseaux sociaux (La liste sera adaptée en fonction des stagiaires et des entreprises présentes)

GESTION DES COMMUNAUTES

Les outils du community manager

Planification et programmation des tâches

Gestion de crise

Indicateur et tableaux de bords

CONCLUSION : ALLER PLUS LOIN AVEC LE WEB 2.0
