

Objectifs

Facilité de publication et facilité de développement de services web conduisent à davantage de communication. Dans ce paysage riche, les réseaux sociaux sont désormais devenus le centre de gravité naturel des outils de communication et des nouveaux usages qu'ils engendrent. Cette formation fournit les nouvelles clés de décryptage des réseaux sociaux, du webmarketing et vous éclaire sur les mille facettes de la communication en ligne.

Participants

Cette formation s'adresse aux professionnels qui doivent mener une stratégie de communication auprès de leurs clients et partenaires.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Evolution du support Internet

Les FCS d'un site Internet, d'un blog

La dimension communautaire

La participation de l'internaute

Comportement et attente des internautes

Comprendre les moteurs de recherche

Le référencement naturel

Le référencement payant

Optimisation des contenus d'un site Internet

Publication «2.0»

Les dispositifs de publication

Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux

Social bookmarking et syndication RSS

A la découverte du Web 2.0 et des médias sociaux



2 jours - 14 heures

Code formation : CWEB170

www.adhara.fr

Mesure d'audience versus réputation

La nouvelle dimension sociale d'Internet

Les briques de construction du Web social

La dimension sociale des services en ligne

La construction de l'identité numérique

Les outils de la collaboration numérique

10 exemples d'outils et d'usages collaboratifs et sociaux

Gestion de la réputation numérique d'une marque

Small World : étendre ses opportunités de rencontres professionnelles

Afficher sa présence

Le blogging

La gestion des relations en ligne

Intégration de services externes dans son espace de publication

Outils de mobilité

Applications mobiles

Bornes interactives