

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capable de : ? Optimiser la visibilité d'un site web à partir de l'utilisation des médias sociaux (blogs, wikis, etc). ? Développer l'image de marque et la génération d'une communauté d'utilisateurs et de consommateurs fidèles.

Participants

Webmasters, community managers ou responsables de sites Web souhaitant générer du trafic qualifié sur leur site Internet.

Prérequis

Bien connaître le web en général et des médias sociaux (indispensable) et avoir le contrôle technique de son site Internet.

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

Promouvoir son activité à travers les réseaux sociaux

1 jour - 7 heures

Objectifs

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capable de : ? Optimiser la visibilité d'un site web à partir de l'utilisation des médias sociaux (blogs, wikis, etc). ? Développer l'image de marque et la génération d'une communauté d'utilisateurs et de consommateurs fidèles.

Participants

Webmasters, community managers ou responsables de sites Web souhaitant générer du trafic qualifié sur leur site Internet.

Prérequis

Bien connaître le web en général et des médias sociaux (indispensable) et avoir le contrôle technique de son site Internet.

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

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.

Anonymat ou transparence ? La recherche de personnes sur Internet.

Les outils de la collaboration numérique

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

Frontière sphère privée et sphère publique.

Gestion de la réputation numérique.

Small World : étendre ses opportunités de rencontres professionnelles.

3. Une typologie des réseaux sociaux

Inscription rapide.

Avatars et listes d'amis.

Groupes d'affinité.

Invitations et messagerie.

Personnalisation.

Gérer son espace personnel ou professionnel

Multiplier les dispositifs de publication.

Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux.

Social bookmarking et syndication RSS.

Mesure d'audience versus réputation.

Afficher sa présence

Le blog personnel ou collectif au centre de la construction du réseau social.

Créer son profil et gérer ses relations.

Promouvoir son activité à travers les réseaux sociaux



1 jour - 7 heures

Code formation : log-

www.adhara.fr

Les clés du référencement et de la visibilité numérique.

Intégration de services externes dans son espace de publication.

Stratégie de présence sur les réseaux sociaux

Gérer votre stratégie de présence sur les réseaux sociaux.

Etat des lieux de vos projets (intranet, système d'information, site web).

Quels dispositifs de communication (interne ou externe) intégrer ?

Exemples d'intégration en entreprise.

1237