

RÉSEAUX SOCIAUX

à usage professionnel



OBJECTIFS

Étudier les multiples outils du Web 2.0 et analyser leur mise en pratique.
Construire et mettre en place une stratégie Inbound Marketing.

PUBLIC

Tout public : demandeurs d'emploi, salariés, adultes en reconversion.

PRÉREQUIS

Savoir utiliser l'outil informatique et Internet de manière globale.

PÉDAGOGIE

Supports de cours fournis. Animation du cours sur écran central. Ateliers pratiques.

DURÉE

21 heures (présentiel).



CONTENU DE LA FORMATION

JOUR 1

- Définir des objectifs en lien avec la stratégie de communication globale, les fondamentaux du Web social, comparatif Facebook / Instagram : quelle utilisation ?
- Présentation de Facebook : les potentialités à exploiter
- Interagir sur les plateformes sociales, participer et animer les comptes réseaux sociaux, référencement social, l'Inbound Marketing vs Marketing direct

JOUR 2

- Identité numérique, personal branding et e-reputation, le storytelling
- Engagement dans la démarche, générer de l'interaction
- Véhiculer une image, mise en place d'une stratégie d'événementialisation
- Les solutions de promotion sur Facebook, Google My Business et stratégie de mots-clefs (visibilité d'entreprise)

JOUR 3 (EN OPTION)

- Définir un projet de positionnement éditorial (PPE), élaborer une stratégie de publication : positionnement, contenu et organisation dans le temps, analyse des statistiques et les objectifs d'amélioration
- Sur mes supports digitaux : la notion d'écosystème digital. Sur mes supports print : les solutions « offline ». Comment promouvoir son compte ON et OFFline
- Utiliser les réseaux sociaux dans l'étape de prospection, étoffer son carnet d'adresses, optimiser l'utilisation des moteurs de recherche
- Vie privée et règles de confidentialité, structurer le partenariat, comprendre les Stories
- Les vidéo live : Youtube Live, Facebook Live, les stories Instagram. Fonctionnalités qui permettent d'avoir une vraie connexion avec ses internautes et ses prospects