

Programme de formation « RÉSEAUX SOCIAUX »

Durée : De 14H à 70H Formation réalisée en présentiel

Public visé : Toute personne appelée à communiquer sur le web.

Objectifs : Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication.

Moyens pédagogiques : Formateur pédagogue et confirmé ; les formations sont animées en cours particuliers ou en petite équipe. Sur la base de cas pratiques concrets, les participants acquièrent la méthodologie et les outils pour intégrer les réseaux sociaux à leur stratégie de communication.

Méthodes d'évaluation des acquis : Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera envisagée, suivra une évaluation générale en fin de stage.

Contenu de la formation :

- **Identifier les nouveaux usages du Web**

Les internautes acteur de leur communication.

Les "réseaux sociaux" : Facebook, twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Tumblr, Foursquare.

- **Comprendre les caractéristiques des sites Web 2.0**

Blogs, wikis, espaces collaboratifs, flux RSS, applications en ligne.

Les Mashups et les applications Internet enrichies.

Le "cloud computing".

Page personnalisée avec Netvibes, agenda en ligne, bureau virtuel, stockage de données...

- **Observer, participer... ou créer un blog**

Présentation de la blogosphère : la force du réseau d'utilisateurs.

Comprendre le fonctionnement d'un blog (article, commentaire, trackback...).

- **Utiliser les contenus dynamiques**

Les flux RSS (agrégateurs de flux, création d'un système d'informations...).

Podcasts et vidéocasts.

- **Mesurer l'intérêt des réseaux sociaux pour sa communication**

Évaluer la valeur ajoutée des réseaux sociaux dans sa stratégie de communication.

Comprendre la nouvelle dimension sociale : communauté et « extimité ».

- **Développer une stratégie d'intégration des réseaux sociaux**

Définir ses objectifs : communiquer autour de sa marque, générer du buzz, nouer des partenariats, recruter des collaborateurs...

Connaître les types de projets adaptés aux réseaux sociaux.

- **L'e-reputation et la veille en ligne**

Identité numérique, personnel branding et e-reputation.

Définir et mettre en place des actions de protection.

Comment optimiser son utilisation des moteurs de recherche.

Vie privée et règles de confidentialité.

- **Mettre en pratique les outils pour assurer une présence continue**

Intégrer les réseaux sociaux dans son dispositif de communication.

Choisir les réseaux adaptés à ses objectifs.

Animer son réseau social.

Gérer son identité numérique.

Connaître les enjeux juridiques et éthiques.

Développer son propre réseau.

Mesurer l'efficacité d'un réseau social.