

Programme de formation

Maîtriser les médias sociaux

But de la formation

Utiliser ces nouveaux supports de communication au service de sa stratégie de visibilité

Objectifs pédagogiques

1. La communication numérique et son utilisation professionnelle
2. Pratiquer la promotion d'événements
3. Assurer sa curation

Pré-requis

Connaissances de base en informatique

Type de public

Créateur d'entreprise, porteurs de projets, entrepreneurs, responsable associatif, demandeurs d'emploi

Moyens pédagogiques

Formateur expérimenté et spécialisé dans la communication stratégique digitale

Sanction de la formation

Attestation de formation

Méthodes pédagogiques

Formation-action, adaptée aux problématiques et thématiques de chaque apprenant. Dynamique et innovante, elle est assurée en présentiel autour d'un support numérique enrichi (visualisation dynamique) et de mises en situation personnalisées.

Les stagiaires disposent :

1: du support de cours disponible en numérique de manière illimité dans le temps afin de pouvoir refaire la formation une fois celle-ci terminée.

2 : D'un document numérique et dynamique accessible depuis le web sans limitation de temps reprenant l'ensemble des outils abordés, mais aussi enrichi au cours de la formation en fonction des échanges et questions des stagiaires. Sur ce document les stagiaires peuvent aussi intervenir directement, échanger entre eux (y compris après la formation).

Durée

14 heures (2 jours).

Programme

- **Internet à l'heure du "web 2.0"**
 - Les avancés en terme de référencement (payant, naturel, SEO et SMO, ...)
 - Comprendre les mécanismes de la visibilité sur les moteurs de recherche
- **Généralités sur la culture numérique 2.0**
 - Vocabulaire, construction d'une identité homogène, panel de choix, quels médias pour quelles cibles ?, ...
 - Savoir mettre en avant ses compétences sur internet
- **Les médias sociaux de masse**
 - Comment animer une page, trouver du contenu, promouvoir son propre contenu et engager les internautes.
 - Les options et les possibilités supplémentaires de ces médias
- **Politique de "linking social" et interactions inter-réseaux**
 - Savoir interconnecter les réseaux et son site internet pour améliorer sa visibilité globale
- **Média social professionnel : Twitter**
 - Une bonne gestion de son compte (pratiques de follow, liste, messages, événementiel et temps réel...)
 - La recherche de contenus, d'informations et d'acteurs qualifiés (concurrents, prescripteurs, partenaires et clients). Comment exploiter au mieux cette cartographie ?
- **Média social de Networking : LinkedIn**
 - les pages perso, les pages pros et la promotion de ses services
 - Réussir à engager une communauté, créer du réseau
 - Participer, animer et créer des groupes.
 - Exploiter son carnet d'adresses (outils et comportements)
- Comment aller plus loin dans la promotion de ses propres évènements, Youtube et les vidéos, penser communication innovante et mobile, miser sur ses propres "communautés".
- La "curation" et les pratiques permettant d'optimiser sa présence (outils, recherche, ...).
 - Publier en "multi-canal" et les automatisations (opportunités et limites). Travailler en équipe. Gestion de crise, et gestion de la viralité, importance de la culture numérique et internet. Le métier de "Community manager"