FORMANOSQUE
Organisme de formation professionnelle
130 ch. du clos supérieur 04100 Manosque
04 92 77 10 58 contact@formanosque.fr

Formation Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-réputation / Format Premium : Formateur attitré en individuel / Formation à distance 4 x 3h30

Objectifs	Tout au long de la formation, le participant étudiera les multiples outils du web 2.0 et analysera leur mise en pratique au travers d'exemples réels issus de différentes entreprises. Nous identifierons ensemble les bonnes et les mauvaises pratiques et en déduirons les meilleurs axes stratégiques pour construire et mettre en place leur propre stratégie Inbound Marketing. Chaque objectif sera évalué à travers des exercices pratiques, des études de cas afin d'assurer la compréhension et l'application des compétences acquises.
Public Prérequis	• Tout public (salariés, demandeurs d'emploi ou particuliers) • Aucun
Points forts	• Il s'agit d'une formation individuelle à distance avec un formateur attitré. Véritable coach individuel en téléprésentiel ! • Dates et rythme à définir avec le formateur • Formateur expert, pédagogue, grande expérience métier • Nombreux TP prévus, Travail en mode projet possible • Les 14 h de formation sont ventilées en 4 séances d'une demi-journée (3h30), un break d'une journée entre chaque séance est conseillé
Documents	• Une fois votre inscription validée, une convocation vous est envoyée • Les feuilles d'émargement seront à signer et à nous retourner par email • Un support de cours complet, rédigé par le formateur, vous est offert • Une attestation mentionnant les objectifs, la nature, la durée et les résultats est délivrée en fin de stage
Matériel Logiciels	• La formation se fait en contrôle à distance sur votre ordinateur, vous garantissant ainsi un meilleur confort de travail • Vous devez donc avoir installé le logiciel sur votre poste (à minima la version d'évaluation pour le temps de la formation). En cas de difficulté, le formateur vous assistera en début de formation • Il est recommandé d'avoir un ordinateur récent, pensez à mettre votre système d'exploitation à jour
Prise en charge & Qualité	• Déclaration d'activité Organisme de Formation n°93 04 00706 04 • Certifié en conformité aux critères du décret Qualité Pole-Emploi • Certifié DataDock 21/21 • Certifié qualité OPQF reconnue par le CNEFOP • Centre habilité PCIE – Certification ICDL éligible au CPF • Centre certifié QUALIOPI – Processus Qualité N°2110_CN_02686

PROGRAMME DE FORMATION

Chapitre 1

• Définir ses objectifs en lien avec la stratégie de communication globale
• Les fondamentaux du web social : comment l'utilisateur devient producteur de contenu
• Comparatif Facebook / Instagram : quelle utilisation ?
• Présentation de Facebook : les potentialités à exploiter
• Interagir sur les plateformes sociales
• Participer et animer les comptes réseaux sociaux

Chapitre 2

• Référencement social
• L'Inbound Marketing vs Marketing direct
• **Cas pratique : La stratégie Inbound marketing**
• Elaborer le plan d'actions
• Mettre en place les outils d'application
• Fixer les objectifs
• Fixer un calendrier
• Mettre en place les contenus

Chapitre 3

• Identité numérique, personal branding et e-reputation
• Le storytelling
• Engagement dans la démarche : la prise de position
• Générer de l'interaction : communauté
• Comparatif Linkedin / Viadeo : quelle utilisation ?

Chapitre 4

• Véhiculer une image positive, authentique, différente
• Construire une ligne de défense
• La nécessité de mettre en place une stratégie d'événémentialisation : fédérer la communauté autour de jeux, quizz, applications, concours…
• Les solutions de promotion sur Facebook
• Google My Business et stratégie de mots clefs (visibilité d'entreprise)

Chapitre 5

• **Etude de cas : Analyse de bonnes et mauvaises pratiques**
• Les pratiques sur Facebook et Twitter

• Exemples concrets
• Partage et viralité de contenu
• Quelle stratégie d'animation et de conversation ?
• Définir un projet de positionnement éditorial (PPE) et évaluer les risques
• Élaborer une stratégie de publication : positionnement, contenu et organisation dans le temps
• Procéder au monitoring de la page : l'analyse des statistiques et les objectifs d'amélioration

Chapitre 6

• La notion d'écosystème digital
• Les solutions "offline"
• Comment promouvoir son compte ON et OFFline
• Réseaux sociaux dans l'étape de prospection
• Réseaux sociaux pour étoffer son carnet d'adresses
• Optimiser son utilisation des moteurs de recherche
• Vie privée et règles de confidentialité.
• Comment identifier les meilleurs influenceurs ?
• Comment structurer le partenariat ?
• Comprendre les Stories Instagram – Snapchat
• Les vidéo live : Youtube Live, Facebook Live, les stories Instagram. Fonctionnalité qui permet d'avoir une vraie connexion avec ses internautes et ses prospects.
• **Atelier : Leads qualifié Google Analytics, le SEO, sa stratégie de contenu.**

Au cours de cette formation, vous pourrez travailler sur vos projets. Préparez simplement vos documents dans un dossier disponible. Prenez vos plans, esquisses, maquettes ou simplement des idées à soumettre au formateur ! Il est disponible pour vous accompagner individuellement tout au long de cette formation et pourra s'adapter à votre rythme !

Communication
Chat
Share
Send
Add

Vimeo
YouTube
Tumblr
Vine
LinkedIn
Facebook
Twitter
Instagram

in