

LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL, DES RESEAUX SOCIAUX ET DE L'E-REPUTATION

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.
Pré-requis	Être à l'aise avec les outils informatiques, maîtriser les commandes de Windows, gestion des fichiers et dossiers dans l'explorateur Windows.
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none">• Chaque nouvelle notion est démontrée, puis reproduite à votre rythme sous forme d'exercices pratiques vous permettant de consolider vos connaissances afin que vous soyez réellement autonomes à l'issue de la formation.• Notre formateur expert vous permettra d'aller en profondeur dans cet apprentissage. Il sera là pour vous accompagner et répondre à vos questions.
Salle	<ul style="list-style-type: none">• Pour les formations de groupe (INTER), une salle de formation est à votre disposition. Le lieu est proposé dans le formulaire d'inscription.• Si votre choix se porte sur une formation INTRA-entreprise, le lieu de formation sera au sein de votre entreprise ou domicile si vous êtes indépendant.
Matériel	<ul style="list-style-type: none">• Il est conseillé d'apporter son propre ordinateur car le formateur vous propose en début de formation l'installation du logiciel sur votre PC. Vous pourrez ainsi, à l'issue de la formation, continuer à pratiquer chez vous.• Le cas échéant, si vous souhaitez que nous vous prêtions un ordinateur, c'est également possible mais il faut nous prévenir.
Documents	<ul style="list-style-type: none">• Support de cours, rédigé par le formateur est distribué en début de formation.• Les feuilles d'émargement seront à signer par ½ journée.• Une attestation mentionnant les objectifs, la nature, la durée et les résultats est délivrée en fin de stage.
Prise en charge de votre formation	FORMANOSQUE est conventionné pour la prise en charge de cette formation : <ul style="list-style-type: none">✓ Déclaration d'activité Organisme de Formation n°93 04 00706 04✓ Attestation de conformité aux critères du décret Qualité Pole-Emploi✓ DataDock validé 21/21✓ Certification qualité OPQF reconnue par le CNEFOP, certificat 17 09 SR 03276.

PROGRAMME DE FORMATION



JOUR 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
- 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

JOUR 2

- 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 ?
- Véhiculer une image positive, authentique, différente
- Construire une ligne de défense
- La nécessité de mettre en place une stratégie d'événementialisation : 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)

Etude de cas :

Analyse de bonnes et mauvaises pratiques sur Facebook et Twitter à partir d'exemples concrets.

JOUR 3 (EN OPTION)

- 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
- Monitoring de la page : l'analyse des statistiques et les objectifs d'amélioration
- Sur mes autres 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
- Utiliser les réseaux sociaux pour étoffer son carnet d'adresses
- Comment 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 :

Comment générer plus de leads qualifié -Google Analytics, le SEO, sa stratégie de contenu.

La formatrice s'adapte avec vos projets, vous pourrez travailler pendant la formation sur vos projets ou éventuellement lui proposer des ateliers bien concrets de votre société.

