



Communiquer sur le web et les médias sociaux

Contexte et objectifs généraux :

Se lancer sur les médias sociaux ne se résume pas à ouvrir un compte Twitter et créer une page Facebook ! Une entreprise qui cherche à **développer sa visibilité, attirer de nouveaux prospects**, ou encore **améliorer sa relation client** aurait bien tort d'ignorer aujourd'hui l'importance des médias sociaux.

Apparus il y a à peine quelques années, ils occupent déjà une place majeure sur le web.

Cette formation a pour objectif d'élargir le cadre et de donner les clés d'une entrée réussie dans l'univers des médias sociaux.

Compétences visées :

à l'issue de cette formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Connaître sur les évolutions du web et ses nouvelles utilisations
- Acquérir et maîtriser les notions de base des médias sociaux
- Connaître la pertinence des médias sociaux au regard de la stratégie de l'entreprise

Moyens pédagogiques :

- Pédagogie interactive et participative. alternance d'exposés et de cas pratiques
- Un support de cours est remis en fin de formation

Modalités et délais d'accès :

Nous avoir renvoyé la convention signée au plus tard 24h avant la formation

Suivi de l'exécution :

Feuilles d'émargement signées par le stagiaire, attestation de fin de formation individuelle mentionnant la nature, la durée de l'action ainsi que les résultats des acquis de la formation. Questionnaires stagiaire et formateur

Situations particulières :

Pour toute difficulté ou handicap, veuillez contacter celine.robert@com3elles.com pour voir les éventuelles adaptations à prévoir. 

Durée : à partir de 2 jours

Disponible en :

- Présentiel
- Distanciel
- Mixte

Intervenant : Catherine EpsteinCéline ROBERT

Prérequis :

Public visé :

Vous dirigez une entreprise ou êtes chargé de communication et souhaitez être présent et visible sur Internet au-delà de votre site web ? Cette formation est faite pour vous.

Avant la formation, un entretien avec le formateur ou le responsable pédagogique permettra d'évaluer les compétences, prérequis et besoins réels pour adapter la formation : contenu, durée et modalités.

[Demander un entretien](#)

Programme* :

Qu'est-ce que les médias sociaux ?

- Panorama des médias sociaux : 7 grandes familles, des centaines de réseaux, une poignée d'acteurs incontournables
- Petite histoire des médias sociaux
- Evolutions et tendances : une galaxie qui évolue en temps réel depuis 10 ans... et demain ?

Le paradoxe du web

- Usages et comportements des internautes (de l'internet aux smartphones et tablettes) : une évolution fulgurante
- Les entreprises françaises et l'usage du web : le retard des TPE-PME
- Enjeux, état des lieux, avantages, inconvénients, risques, gains : quels critères pour se lancer ?

Web et médias sociaux : un levier de développement d'activité

- Quelle place pour les outils web dans la stratégie de communication d'une entreprise artisanale ? Comment articuler on et offline ?
- Construire et maîtriser sa présence en ligne : étapes clés, objectifs par fonction, organisation
- Tour d'horizon des outils du web et critères de choix : sites, blogs, réseaux, mails, e-publicités, mobiles, widgets...
- Focus sur 5 plateformes majeures : Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn, SlideShare
- Présentation des fonctionnalités principales et usages
- Démonstrations / exercices : créations de groupes, création d'événements, création de pages pro, mise en ligne de présentations...
- Les règles de contenus efficaces et attractifs
- Notions de référencement et "e-réputation"

Le plus :

Des cas pratiques et des exercices

Discutons-en !

* Personnalisable : programme indicatif pouvant être ajusté en fonction des évaluations et des besoins réellement identifiés

Dernière modification : Vendredi 23 Février 2024