

# Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux

SOINRESSO

Le Digital, les réseaux sociaux... De quoi s'agit-il ? Des applications de nouvelle génération, et de nouveaux usages où l'internaute devient acteur. Des changements sociologiques qui s'appuient sur des innovations techniques majeures. Cette formation vous permettra de faire le point sur ces nouveaux outils, comprendre quel intérêt ils présentent pour les entreprises.

## Objectifs

### Public Visé

Gestionnaire de sites, Chargé(e) de communication, Chef d'entreprise. Responsable marketing. Toute personne souhaitant définir une stratégie sur les médias sociaux et optimiser la présence de sa structure sur les réseaux sociaux.

### Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :  
Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux.

Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.

Décrypter les usages qu'en font les entreprises.

### Méthodes et moyens pédagogiques

Méthodes pédagogiques

Exposé théorique

Formation axée sur la mise en pratique

Travaux individuels et corrections collectives

Formation participative

Evaluation croisée et partage de bonnes pratiques

Moyens matériels

Ordinateur : 1 par stagiaire

Logiciel NSS qui permet une diffusion de contenus sur l'ensemble des postes informatiques ainsi qu'un contrôle à distance des réalisations des stagiaires

Supports pédagogiques et supports de cours

### Qualification Intervenant(e)(s)

Formateur consultant spécialisé en communication digitale

### Pré Requis

Bonnes connaissances de base en informatique et navigation Internet.

### Parcours pédagogique

#### 1 - Identifier les nouveaux usages du Digital

Les internautes acteurs de leur communication.

Définir les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective.

#### 2 - Panorama des médias sociaux

Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat,...

Blogs, wikis : quels usages pour l'entreprise ?

#### 3 - Utiliser les réseaux et les médias sociaux

##### Facebook :

Les différents formats : profil, page, groupe.

Quelle utilisation des pages business par les marques.

Le Edge Rank de Facebook.

La publicité sur Facebook.

##### Instagram :

Fonctionnement et spécificités.

Quelle utilisation par les entreprises ?

Créer une publication efficace et choisir ses hashtags.

##### Twitter :

Fonctionnalités et usages.

Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...

Intérêt pour une entreprise.

##### LinkedIn et Slideshare :

Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?

Intérêt et usages par les entreprises.

Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel.

##### Chaîne YouTube :

Quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?

Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat.

La vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, YouTube Live,...

#### 4 - L'e-reputation et la veille en ligne

Identité numérique, personal branding et e-reputation : l'importance du moteur

STRATEGIE Formation - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 95970120697

de recherche.  
Mettre en place un dispositif de veille.

## Méthodes et modalités d'évaluation

Questionnaire d'auto-évaluation  
Bilan individuel des acquis

## Modalités d'Accessibilité

Nous consulter

### Durée

**14.00** Heures  
**2** Jours

### Effectif

De 3 à 8 Personnes



Contactez-nous !

Colette CLERY  
Conseillère formation

Tél. : 0596574020  
Mail : [cclery@strategie-info.com](mailto:cclery@strategie-info.com)