



Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux

Objectifs de la formation :



- S'initier aux nouveaux outils de la communication sur les réseaux sociaux
- 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.

Programme de la formation :

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, ...
- Quels usages pour l'entreprise ?

3/ Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- **Facebook** : Les différents formats : profil, page, groupe. Quelle utilisation des pages pour une entreprise. 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** : Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ? Intérêt et usages par les entreprises.
- **Chaîne YouTube** : Quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises?
- **Picture marketing** : Communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat.

4/ L'e-réputation et la veille en ligne

- Identité numérique, personal branding et e-réputation : l'importance du moteur de recherche.
- Mettre en place un dispositif de veille.