



Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux

Communiquer sur les réseaux sociaux pour son entreprise

Informations pratiques

Public	Tout public : salariés, entreprises, demandeurs d'emploi, particuliers
Prérequis	Savoir utiliser un ordinateur (allumer, se servir de la souris et du clavier, ouvrir un fichier)
Durée	Adaptée à vos besoins : définie avec l'organisme ou l'entreprise selon le niveau et les objectifs
Modalités	Présentiel ou distanciel
Évaluation	Quiz d'évaluation des acquis
Formateurs	Pascal DELPECH et Christelle DELPECH, formateurs indépendants

Objectifs de la formation

- S'initier aux nouveaux outils de la communication sur les réseaux sociaux
- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du numérique et des médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises

Programme

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, X (ex-Twitter), LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat...
- Quels usages pour l'entreprise ?

3. Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Facebook : les différents formats (profil, page, groupe), l'utilisation des pages pour une entreprise, la publicité
- Instagram : fonctionnement et spécificités, usage par les entreprises, créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- X (ex-Twitter) : fonctionnalités et usages, le vocabulaire (post, hashtag, abonnés...), intérêt pour une entreprise
- LinkedIn : usages professionnels individuels, 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