













## Les fondamentaux du web et des réseaux sociaux perfectionnement

 <b>Durée</b>	2 Jours - (16 Heures)	 <b>Modalité d'accès</b>	Aucun
 <b>Pré-requis</b>	Il est conseillé d'avoir des connaissances de l'environnement Windows ou Mac. Savoir utiliser les différents réseaux sociaux.	 <b>Date</b>	Voir convention
 <b>Public</b>	Toute personne débutant désirant se perfectionner dans le web et les réseaux sociaux.	 <b>Lieu</b>	INTRA
 <b>Intervenants</b>	Formateur issu de la bureautique, communication et/ou webmarketing	 <b>Délai d'accès</b>	Définir avec l'entreprise
 <b>Nb participants</b>	1 à 5	 <b>Accessibilité</b>	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 <b>Prix</b>	Voir convention	 <b>Obligations réglementaires</b>	Aucune

### Méthode pédagogique :

Alternance d'apports théoriques et pratiques, en 3 parties : présentation d'une situation d'usage, explication des méthodes et mise en pratique.

### Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

### Outil pédagogique :

Supports papiers

### Validation :

Attestation de fin de stage

## OBJECTIF

Comprendre les enjeux d'une vraie stratégie webmarketing sur les médias sociaux - Créer du contenu optimisé par média - Développer une stratégie publicitaire pertinente

## PROGRAMME

### JOUR 1

#### Présentation des principaux réseaux sociaux

- Définition et historique des réseaux sociaux
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?
- Quels sont leurs modes de fonctionnement
- Les règles de confidentialités (protection de la vie privée)
- La sécurité sur les réseaux sociaux
- Le vocabulaire

#### Utiliser et distinguer les différents types de réseaux sociaux

- Les réseaux grands publics à usage professionnels (Facebook, Twitter, MySpace)
- Les réseaux exclusivement professionnels (Viadeo, LinkedIn...)
- Spécificités et conseils d'utilisation des réseaux sociaux
- Comment choisir son réseau ?
- Que recherche-t-on et dans quel but ?
- A quoi servent-ils ?
- Qui utilise les réseaux sociaux ?

#### Promouvoir sa marque et son offre sur les médias sociaux

- Les influenceurs : les identifier et les impliquer pour promouvoir son offre
- Le marketing participatif : les facteurs clés de succès de la co-création

### JOUR 2

#### Optimiser ses contenus en fonction du média social utilisé

- Découverte d'un logiciel de retouche d'images sur ordinateur et sur smartphone pour faire des montages, découper un visuel, optimiser le poids etc...
- Bien définir une charte graphique et éditoriale générale par média en fonction des cibles
- Créer et maîtriser les différents formats de publication et comprendre leur utilisation
- Comprendre la notion de droit d'auteur et utiliser une plateforme de téléchargement légal visuels libres de droit (gratuit et payant)