

DEVELOPPER SON ACTIVITE GRACE AUX OUTILS WEB ET AUX RESEAUX SOCIAUX

Objectifs de la formation :

- Comprendre la fonction et les usages possibles des réseaux sociaux
- Définir sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du web 4.0 et des médias sociaux
- Collaborer et construire des projets avec les outils du web 4.0
- Sensibiliser à l'utilisation de l'IA dans la conception de la communication

Publics : Tous salariés

Durée : Deux jours consécutifs ou non, soit 14 heures (1 jour = 7 heures de formation)

Pré-requis : Aucun.

PROGRAMME :

Jour 1 (7 heures)

Comprendre les réseaux sociaux et les nouveaux usages et comportements (1.5 H de formation)

- Panorama, définition et chiffres clés des médias sociaux.
- Usages et comportements des internautes sur les médias sociaux aujourd'hui.
- Avantages et risques des réseaux sociaux aujourd'hui et demain : exercices individuels.

Mesurer les enjeux des nouveaux usages du Web 4.0 et des médias sociaux (2.5 H de formation)

- Panorama des espaces 4.0 : sites web interactifs, forums, blogs, plateformes de financement participatif.
- Limites et dangers d'Internet.
- Surveillance de la réputation sur Internet et les réseaux sociaux : études de cas.
- Bases du référencement (SEO) : compréhension des algorithmes et de leurs impacts.
- Confidentialité des données : focus sur la RGPD.

Optimiser sa communication sur les réseaux sociaux (3 H de formation)

- Facebook : Création, paramétrage et communication sur une page entreprise.
- Instagram : Création, paramétrage et communication sur un compte professionnel.
- Lancer des campagnes publicitaires pertinentes sur Facebook et Instagram.
- X : Création, paramétrage et communication sur X.
- LinkedIn : Création et gestion d'une page entreprise. Développer son réseau

Jour 2 (7 heures)

Définir une stratégie de communication digitale cohérente et efficace (5 H de formation)

- Définir ses objectifs sur le web et les réseaux sociaux : travail individuel.
- Auditer sa présence sur les réseaux sociaux et définir ses objectifs.
- Comprendre et cerner au mieux son audience.
- Déterminer quel réseau social est le plus adapté pour son activité.
- Définir une stratégie de contenu créative et efficace : ateliers pratiques.

Utilisation des outils du Community manager et de l'IA (2 H de formation)

- Les outils du Community Manager : planification, création de contenu, gestion de communauté.
- Principes de référencement : SEO et optimisation des contenus.
- Outils collaboratifs de gestion de projet : Trello, Slack, etc.
- Présentation des outils d'IA pour la communication digitale.
- Démonstrations de l'utilisation de ChatGPT, DALL-E, et autres outils d'IA générative.
- Débriefing et échanges
- Quizz compétences

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels.
Exercices pratiques et échanges entre pairs.

Les participants travaillent sur leurs propres attentes

Méthodes évaluation : Avant la formation (attentes et niveaux de compétences), à chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires : envoi présentation, liens vers ressources documentaires, et via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.