

PROGRAMME : **Webmarketing, réseaux sociaux et référencement : « assurer sa présence sur la toile »**

Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :
comprendre et décrypter l'intérêt et l'enjeu des réseaux sociaux et socioprofessionnels.

Durée : 2 jours

Public concerné :

Cette formation est destinée aux profession libérales, commerçants, artisans, salariés de PME, responsable marketing, toute personne souhaitant avoir une visibilité sur les réseaux sociaux.

Niveau requis : toute personne maîtrisant la navigation sur internet et sachant utiliser l'environnement Windows, Mac os,...

Contenu :

Médias et réseaux sociaux

- Du web1 au web3
- Les réseaux sociaux : pourquoi y être ?
- Panorama des médias sociaux aujourd'hui
- Le web participatif : le point en France et dans le monde

Quels média choisir pour diffuser sa marque ? Panorama des médias sociaux

- Sur quelle plateforme diffuser l'information ?
- Communiquer sur la toile : maîtriser l'information
- Bien connaître le panorama des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Google +...
- Connaître les différents types de médias sociaux : spécialiste, généraliste, communautaire, publication, partage, relationnel, professionnel, commerce, géolocalisation, évènementiel,
- Médias sociaux génériques : les incontournables

Développer une stratégie d'intégration des réseaux sociaux

- Définir des objectifs : communiquer autour de sa marque, générer du buzz, nouer des partenariats, recruter des collaborateurs...
- Choisir les réseaux les mieux adaptés à ses objectifs pour bien relayer l'information.
- Quels réseaux professionnels et grands publics intégrer dans son mix?

Les réseaux : outils de développement de l'entreprise

- Quelles actions de visibilité mener sur internet ?
- Stratégie pour démarrer
- Quel contenu intégrer sur quel média ?
- Les outils de réseaux socio-professionnels permettent de véhiculer l'image de l'entreprise d'attirer et de recruter de meilleurs candidats.

Les réseaux socio-professionnels complètent les moyens de développement commercial et de relation client de votre activité.

Mise en pratique : Premiers pas sur les réseaux socio-professionnels : De la bonne utilisation des réseaux socio-professionnels

- Créer sa présence sur les réseaux sociaux,
- Enrichir son profil, trouver sa cible
- Identifier des contacts pertinents et les contacter
- Qualité et densité de vos contributions
- Partage et confiance mutuelle
- Bien animer son réseau social
- Gérer son identité numérique
- Mesurer l'efficacité d'un réseau social

Gérer son image virtuelle : l'E-réputation

- E-réputation : les outils de veille et statistiques.
- Mesurer son audience et sa popularité

Démarche pédagogique

Alternance d'exposés théoriques et de cas pratiques.