

CREER SES RESEAUX SOCIAUX POUR DEVELOPPER SON ACTIVITE

01 JOUR – 07 HEURES

But de la formation	Se créer un réseau de professionnels et de clients actifs et connectés. Utiliser les réseaux sociaux comme levier de développement d'activité professionnelle et commerciale
Pré-Requis	Savoir utiliser un ordinateur, une tablette, un smartphone
Type de public	Dirigeant, responsable communication, responsable marketing, directeur commercial, agent de maîtrise, assistant(e) de direction
Effectif	De 1 à 8 participants L'effectif peut, en accord avec l'entreprise être modifié
Date & lieu de formation	A définir avec le client
Accessibilité aux personnes handicapées	Si la formation a lieu chez le client : il faudra préciser si votre salle de formation est accessible aux personnes handicapées Si la formation a lieu en dehors de chez le client : il faudra me contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant. Dans ce cas, la formation aura lieu dans un local adapté. (Par exemple : location de salle dans un hôtel ou centre d'affaire).
Modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs de la formation	Feuilles de présence. Questions écrites (QCM) Outil d'évaluation des acquis : exercices et mise en application en fin de chaque chapitre
Délai d'accès	Formulaires d'évaluation de la formation. Modalités selon pré requis et aucun délai
Méthodes et outils pédagogiques	Les moyens pédagogiques sont adaptés à chaque formation et aux besoins des clients. La formation est co-construite avec le client, sur la base du programme de formation initial. Cette démarche de co-construction se fait au travers d'un entretien de cadrage au cours d'une rencontre ou par téléphone. L'entretien de cadrage donne lieu à un enregistrement utilisé pour vérifier l'adaptation des moyens pédagogiques à la formation et aux besoins du client. Les moyens pédagogiques utilisés pour adapter les formations : Des apports d'informations du formateur et la mise en pratique sous forme d'exercices d'application, si possible en adéquation avec le secteur d'activité et les besoins des stagiaires. Les moyens techniques nécessaires demandés sont : ordinateur, tablette ou smartphone avec connexion internet et accès aux réseaux sociaux, vidéo projecteur, paper board ou tableau blanc, feutres effaçables de couleurs, tables disposées en U et chaises, ou chaises disposées en cercle sans table.

Chaque formation est sous la responsabilité du directeur pédagogique de l'organisme de formation ; le bon déroulement est assuré par le formateur désigné par l'organisme de formation.

L'organisme désigne un référent pédagogique et un référent handicap.

Formalisation à l'issue de la formation

Une attestation de formation sera transmise.

Un support de cours version papier ou numérique sera remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation

PROGRAMME

Découverte des réseaux sociaux professionnels

Panorama des réseaux sociaux en Europe et dans le reste du monde
Enjeux et opportunités
Différence entre réseaux sociaux et médias sociaux
Réseaux sociaux de micro-blogging (Facebook, Twitter, LinkedIn, Xing, Pinterest...)
Réseaux sociaux de blogging (Wordpress, Tumblr, blogger...)

Web 2.0, à quoi sert un réseau social ?

Qu'est-ce qu'Internet ?
Le Web : du web au Web 4.0
Le Cloud (dropbox, orange, Google Drive...)
Comment mon organisation doit communiquer sur la toile

Les réseaux sociaux, média de communication pour les organisations

Comment trouver et choisir les réseaux sociaux qui correspondent à mon domaine d'activité, à mon organisation, à mon réseau professionnel

Quels réseaux sociaux pour quels usages professionnels

Les activités de communication institutionnelle
Les relations publiques
Les opérations de marketing direct
Les activités commerciales
Le marketing de la relation client

Identifier mes besoins, les besoins de mon service, les besoins de mon organisation

Définir mes objectifs les objectifs de mon service, les objectifs de mon organisation
Comment définir ma stratégie sur les réseaux sociaux