

RESEAUX SOCIAUX-VISIO-LES FONDAMENTAUX

Formation à distance ou en présentiel 100% adaptée aux besoins de l'utilisateur, intérêts et disponibilités de l'apprenant. Elle vous permet de développer ou de perfectionner vos connaissances au travers d'exercices et de cas concrets réalisés.

Profils des stagiaires

Tout utilisateur souhaitant intégrer les compétences nécessaires à une utilisation pratique et autonome de l'animation des réseaux sociaux.

Prérequis

Vous devez disposer d'un ordinateur en bon état ainsi qu'une connexion internet et d'une adresse mail valide.

COMPETENCES VISEES

- Etendre la visibilité de l'entreprise
- Toucher de nouvelles cibles
- Définir le choix du réseau social pour soigner la e-réputation de l'entreprise

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation l'apprenant sera capable de :

- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux.
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.
- Décrypter les usages qu'en font les entreprises.
- Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux Optimiser ses actions sur les réseaux
- Trouver le bon moment pour communiquer

POLITIQUE TARIFAIRE

Prix de la formation :

90 €HT / heure (prix public) – Durée de 3 jours selon le niveau du stagiaire

Soit 630 €HT / jour

Modalités de règlement :

- 1) Dispositif CPF : Caisse des Dépôts et Consignation à l'issue de la formation
- 2) Dispositif Plan de développement : OPCO
- 3) Formation en direct (par d'intermédiaire) : Acompte de 30 % au démarrage de la formation – 70 % à l'issue de la formation

LIEU

- Formation intra-entreprise (présentiel) : l'intervenant se déplace en entreprise ou chez le stagiaire
- Formation à distance en visio-conférence : Plateformes utilisées en fonction de l'intervenant : Zoom, Skype, Teams....

ACCESSIBILITE

LOMEDIS répond à la réglementation concernant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Dans ce contexte il veille à l'application des conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap : Notre processus suit des étapes précises et concrètes : Identification d'un potentiel handicap Détermination de la typologie du handicap : moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique ou visuel Transmission d'un questionnaire pour mettre en place les compensations possibles et personnalisables en adéquation avec le besoin du stagiaire

Référent : Thierry Dahan e-mail : thierry.dahan@lomedis.com

DELAI D'ACCES

A partir de son inscription, l'apprenant a un délai à minima de 11 jours ouvrés avant le démarrage de la formation dans le cas d'un programme en CPF.
Le délai d'accès par rapport à un programme hors financement CPF est identique.

EQUIVALENCES ET PASSERELLE

- Equivalences : Sans équivalence
- Passerelles : Non concerné

CONTENU DE LA FORMATION

Séance 1 : durée 1 jour

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.

Introduction

Les grands principes des réseaux sociaux

Identification des bénéfices et des risques

Illustration - Analyse de pages / Comptes existants

Audience, objectifs

Fréquence de publication

Types de publication

Utilisation des différents supports

Que publier ? Comment communiquer ?

Quelle fréquence de publication ?

Comment et pourquoi développer l'audience ?

Séance 2 : durée 1 jour

Panorama des médias sociaux

Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat,...

Blogs, wikis : quels usages pour l'entreprise ?

Utiliser les réseaux et les médias sociaux

Facebook

Les différents formats : profil, page, groupe.

Quelle utilisation des pages business par les marques.

Le Edge Rank de Facebook.

La publicité sur Facebook.

Instagram

Fonctionnement et spécificités.

Quelle utilisation par les entreprises ?

Créer une publication efficace et choisir ses hashtags.

Twitter

Fonctionnalités et usages.

Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers...

Intérêt pour une entreprise.

LinkedIn et Slideshare

Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil.

Intérêt et usages par les entreprises.

Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel.

Chaîne YouTube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?

Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat.

La vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, YouTube Live,...

Séance 3 : durée 1 jour

L'e-reputation et la veille en ligne

Identité numérique, personal branding et e-reputation : l'importance du moteur de recherche.
Mettre en place un dispositif de veille.

Déployer une stratégie de référencement

Optimisation sémantique

Mots-clés

Champs lexicaux

Stratégie et organisation

Plan médias sociaux

Stratégie de contenu

Positionnement sur les réseaux

Planning d'une semaine type de publication

ORGANISATION DE LA FORMATION

- **Equipe pédagogique**

Intervenant bac +3 à +5 – Plusieurs années d'expérience dans la formation

La formation est animée par un professionnel de l'informatique et de la pédagogie, dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des certifications et/ou testées et approuvées par les éditeurs et/ou notre équipe pédagogique. Il est en veille technologique permanente et possède plusieurs années d'expérience sur les produits, technologies et méthodes enseignés. Il est présent auprès des stagiaires pendant toute la durée de la formation.

Référent programme : Felix Uzan email : felix.uzan@lomedis.com tél : 06 29 68 92 52

- **Moyens pédagogiques et techniques**

Un intervenant vous guide dans votre progression et converse avec vous toute au long de votre apprentissage.

Depuis votre domicile ou votre entreprise. Vous rejoignez un environnement de formation en ligne, à l'aide de votre ordinateur, tout en étant éloigné physiquement de l'intervenant (et des autres participants). Vous êtes en totale immersion (avec le groupe) et participez à la formation dans les mêmes conditions que le présentiel.

- **Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation**

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

RESULTATS ATTENDUS

A l'issue de cette formation, vous passerez une certification TOSA de fin de parcours.

Le candidat est capable d'utiliser certains outils numériques pour créer du contenu numérique simple (texte, tableau, image, etc.) dans au moins un format et sait y apporter des modifications de base. Il a conscience que tout contenu peut-être protégé par des droits de reproduction même s'il ne les maîtrise pas. Il peut appliquer d'une manière simple des modifications dans les paramètres de base des logiciels et des applications qu'il utilise.

Les questions posées pendant le test respectent un référentiel édité par la société

ISOGRAD, certaines questions vous paraîtront difficiles mais vos réponses vont permettre au test d'adapter la difficulté des questions suivantes à votre niveau de connaissance du logiciel. L'objectif n'est donc pas que vous répondiez correctement à toutes les questions mais que vous puissiez vous positionner sur une échelle de 1 à 1000.

Mode : Ecrit / Durée : 1 h / Modalités d'évaluation : Test

Critères d'évaluation :

- Expert 876 - 1000
- Avancé 726 – 875
- Opérationnel 551 – 725
- Basique 351 – 550
- Initial 1 – 350

EFFECTIF PLAFOND/ PLANCHER

- **Présentiel**

Plancher : A partir de 1 personne

Plafond : 8 personnes

- **Distanciel**

Plancher : A partir de 1 personne

Plafond : 4 personnes

TAUX D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION PREPAREE

Taux de conformité résultats / attentes / objectifs en 2020 TOSA : 100 %