

Formation Web 2.0 : outils, enjeux, e-reputation

Durée :	1 jours
Public :	Tout poste des services marketing et communication
Pré-requis :	Maîtrise de base du web et connaissance des réseaux sociaux
Objectifs :	Découvrir les enjeux et les outils du Web 2.0
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	E-M588-F
Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5

Introduction

Historique du Web
Présentation du cours

Présentations du "web 2.0"

Les sites précurseurs
Les blogs
Les forums
Les sites "web 2.0"

Définitions croisées

Outils de recherche
Réseaux sociaux
Référencement
E-Reputation

Les technologies "web 2.0"

Responsive design
Interaction
UX/UI
Interface utilisateur

Problématique

Enjeu numéro 1 : être présent
Enjeu numéro 2 : créer du trafic
Enjeu numéro 3 : gérer sa e-reputation

Etre présent : présentation des outils web 2.0

Twitter
Facebook
Instagram Pinterest Snapchat
Les réseaux professionnels : LinkedIn
Les autres réseaux sociaux : Wikipedia, YouTube, DailyMotion, etc.

Atelier : Créer son compte Twitter

Créer du trafic : la promotion de son activité sur le web 2.0

Format publicitaire
Impact des réseaux sociaux sur le référencement
Prospection intelligente sur les réseaux pros

Atelier : Imaginer pour son activité des actions de promotion adaptées

Gérer sa e-reputation

Surveiller ses comptes sur les réseaux sociaux
Surveiller ce qui se dit sur le Web
Surveiller ce qui se dit sur les forums de discussion
Savoir réagir en cas de problème

Atelier : créer des alertes pour surveiller le web et les forums

Exemples de stratégies d'entreprises

Stratégies d'entreprises en B2C
Stratégies d'entreprises en B2B
Autres exemples

Méthodologie

Les étapes préliminaires
L'élaboration de la stratégie
L'analyse des résultats

Mesure de performances

Analyse de l'impact sur le trafic
Analyse de l'impact sur le CA
Analyse de l'impact sur l'image : étude d'image avant et après actions

Atelier : mise en place d'un plan d'actions sur LinkedIn ou Facebook

Conclusion

