

Formation Web 2.0 : outils, enjeux, e-reputation

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	995,00 € HT (standard) 796,00 € HT (remisé)
■ 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
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR588-F
■ Note de satisfaction des participants:	5,00 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

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

Evolutions

Questions/Réponses