

DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ GRÂCE AUX OUTILS WEB ET AUX RÉSEAUX SOCIAUX



Objectifs

- Comprendre la fonction et les usages possibles des réseaux sociaux
- Définir sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux
- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du Web 2.0 et des médias sociaux
- Collaborer et construire des projets avec les outils du Web 2.0

Public visé :
Tout public

Prérequis :
Maîtriser les bases de la navigation Internet

Durée / Rythme :
21h / 3 jours

Méthodes pédagogiques :

- Adaptation de la formation au niveau d'expérience des participants
- Alternance de contenus théoriques et d'exercices pratiques
- Mise en situation, exercices réflexifs, travail de groupe...
- Accès à la plateforme pédagogique LEARNING ZONE

Modalités :
Formation en présentiel ou distanciel ou mixte

Suivi et Evaluation :
Contrôle continu (exercices, quizz...)
Emargement feuille de présence
Certification de réalisation

Tarif Inter :
1200€ net de taxes par personne
(Min 4 à 10 stagiaires)

Tarif Intra :
Nous consulter
(Min 1 à 10 stagiaires)

Délai d'accès :
D'une semaine à 2 mois, selon le type de financement

Contact :
contact@envoll.fr
04 42 92 29 72

Accessibilité :
<https://envoll.fr/qui-sommes-nous/>

Enjeux de la visibilité sur le Web

Apports théoriques et échanges

Utiliser les outils du Web

Apports théoriques et échanges

- Outils de communication digitale : Quiz : éviter les écueils et repérer les bonnes pratiques

Mise en situation pratique

- Perception 2.0 de chaque structure
- Identification des objectifs

Optimiser son utilisation des outils du Web Apports théoriques et échanges

- Outils de communication professionnelle
- Différents types de publications et bonnes pratiques
- Outils de surveillance et de mesure
- Veille concurrentielle

Quiz : quels outils gratuits et payants pour développer sa visibilité

Atelier pratique

- Étape 1 : temps d'intelligence collective : bonnes pratiques
- Étape 2 : audit individualisé :
 - Forces et faiblesses de la visibilité de la structure sur le Web, pitch
- Étape 3 : plan d'action individualisé
- Étape 4 : temps d'intelligence collective : bonnes pratiques

Étude de cas concret - Plan d'action individualisé

- Définir la stratégie de communication Web, les objectifs et les actions
- Concevoir le plan d'action de la présence et de l'influence de ma structure sur le web
- Bonnes pratiques
- Évaluation : pitch du plan d'action

Conclusion et bilan

- Évaluation de la satisfaction des participants