



Découvrir les réseaux sociaux

Prérequis : Connaître l'environnement Internet et Windows.

Objectifs :

- Connaître les réseaux sociaux.
- Savoir identifier les réseaux sociaux en fonction de ses besoins
- Etre capable d'utiliser les réseaux sociaux dans le cadre d'une stratégie de E-Communication
- Mesurer et optimiser le retour sur investissement de ses actions

Contenu :

1. Enjeux du e-marketing et croissance de l'Internet

- Historique de l'Internet,
- La croissance et le poids de l'Internet dans le Monde et en France,
- Le Web 3.0, la nouvelle ère de l'Internet,
- Définitions et spécificités du webmarketing,
- Maitriser le cadre juridique du webmarketing : LCEN, permission marketing.

2. Focus sur les réseaux sociaux

- Les chiffres clés,
- Le community management (définition, planification et suivi),
- Les réseaux particuliers (Facebook : pages, applications et jeux concours, Twitter, YouTube...)
- Les réseaux professionnels (Viadeo, LinkedIn).

3. Elaborer un plan d'actions online performant

- Identifier ses cibles sur internet : déterminer le profil de ses internautes
- Bien choisir ses supports de communication online en fonction de ses objectifs
- Quelles synergies développer entre les actions on-line et offline ?

4. Communication et médias sociaux

- Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
- Pratiques des marques en BtoB et BtoC
- Investir les plateformes communautaires
- Créer du buzz