



adhénia formation

RENCONTRONS-NOUS !

05 53 45 85 70

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD

AVENUE DE BORIE MARTY  
24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026

DÉCLARATION D'EXISTENCE :  
72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

## LES OUTILS WEB 2.0



1 / 4

Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !



### Objectifs

- Comprendre l'évolution globale du Web et identifier les nouveaux usages
- Utiliser efficacement Google : la recherche avancée, les recherches associées mais aussi les services Google (images, vidéos...),
- Connaître le fonctionnement des principaux outils du Web 2.0 : blogs, flux RSS... ,
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et les utiliser,
- Connaître les potentialités de veille sur le Web : méthode de veille et principaux outils utilisables.



Durée de formation

2



Public

Toute personne souhaitant connaître les nouveaux outils du Web.



Prérequis

Connaître l'environnement Windows.



Niveau / Certification Obtenue

Attestation de formation.



Type de formation / stage

Intra/Inter/ Accompagnement individuel

### Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

Alternance de théorie et d'exercices de rédaction.

Apprentissage de techniques simples et directement applicables.

Analyse individuelle et collective des pratiques.

### Programme

#### 1. COMPRENDRE LE WEB D'AUJOURD'HUI

- L'évolution du Web (du Web 1.0 au Web 2.0)
- Principaux réseaux sociaux, fonctionnement et usages spécifiques
- Le Web 2.0 (Web interactif et social) et les réseaux sociaux
- Google : un outil indispensable (recherche, veille, tendances...)



## LES OUTILS WEB 2.0



2 / 4

### 2. COMMUNICATION 2.0

- Quelle(s) communication(s) sur le Web 2.0 ?
- Le Web pour un usage professionnel (veiller, communiquer, débattre, recruter, agir localement)
- Analyser les risques et les avantages à être sur les réseaux sociaux
- Quelles obligations égales s'appliquent au Web ?
- L'intérêt d'utiliser les bons formats sur les réseaux sociaux (vidéos...)

### 3. METTRE EN PLACE UNE MULTIPRÉSENCE WEB

- Etre sur le Web : la multi présence Web
- Créer des comptes sur les services Web pour aller à la rencontre des internautes
- Unifier vos comptes par l'affichage, par les liens les uns vers les autres

### 4. LA GESTION DE E-RÉPUTATION

#### POURQUOI CHERCHER À VALORISER SON E-RÉPUTATION ?

- Définition de l'e-réputation
- Les sources d'influence
- L'avènement du consommateur acteur
- Les impacts sur la marque

#### UN NOUVEAU MODE DE COMMUNICATION

- Les grands usages des réseaux sociaux
- Exemples d'audiences et d'impacts

#### S'ENGAGER RÉELLEMENT POUR SE DIFFÉRENCIER

- Au-delà des réseaux sociaux grand public
- La tentation du «buzz»

#### ORGANISER SA VEILLE DE E-RÉPUTATION

- Définir son périmètre de veille



## LES OUTILS WEB 2.0



3 / 4

- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs
- Les outils de veille

### GÉRER SON E-RÉPUTATION

- Impacts sur l'organisation et les rôles
- Codes et usages de la communication sur les réseaux sociaux
- Savoir gérer la crise

## 5. LA DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE POUR UNE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

### LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Etat des lieux sur les réseaux sociaux, les acteurs et leur finalité
- Comment évoluent les réseaux sociaux ? Quels sont leur impact ?
- Quelles attentes et quels usages sur les réseaux sociaux ?
- Différence entre Social média marketing et marketing communautaire

### OPTIMISER LA GESTION DE SA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Découvrir les plateformes de social media management
- Créer un tableau de bord de veille et de gestion de profils

### SE DÉPLOYER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Quelles méthodologies mettre en place ?
- Best-practices pour recruter des fans
- Le cadre juridique à connaître

### INDICATEURS CLÉS ET MESURE DE PERFORMANCE

- Comment suivre sa présence sur les réseaux sociaux ?
- Quels indicateurs prendre en compte en fonction de ses objectifs et quels tableaux de pilotage mettre en place ? Quels sont les outils ?

### LA CRÉATION ET ANIMATION DE COMPTE TWITTER, VIADEO, LINKEDIN

### STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LINKEDIN ET VIADEO

### IDENTIFIER DES PROSPECTS ET DÉCELER DES OPPORTUNITÉS

- Rechercher les profils intéressants
- Identifier des groupes et y participer



adhénia formation

RENCONTRONS-NOUS !

05 53 45 85 70

CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD

AVENUE DE BORIE MARTY

24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026

DÉCLARATION D'EXISTENCE :

72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

INFORMATIQUE, TECHNIQUE  
ET BUREAUTIQUE

COMMERCE, MARKETING,  
COMPTABILITÉ, GESTION

RELATIONS ET  
RESSOURCES HUMAINES

DÉVELOPPEMENT  
PERSONNEL

SÉCURITÉ ET SANTÉ  
AU TRAVAIL

LANGUES  
ÉTRANGÈRES

## LES OUTILS WEB 2.0



4 /  
4

- Créer et animer son propre groupe

