

Quels sont les enjeux de la **rédaction pour les réseaux sociaux** ? Quelles sont les **codes** et les **bonnes pratiques** à utiliser ? Quelles sont les contraintes d'une **lecture en ligne** ? Comment améliorer son **contenu** et sa **lisibilité** ? Comment réagir vite et bien et favoriser **l'interaction** avec les internautes ? Comment prendre en compte les **commentaires** qui affectent **l'image de l'entreprise** ? Autant de questions auxquelles nous apporteront des **réponses détaillées avec des cas pratiques**.

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

3 jours soit 21 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.800 € HT les 3 jours
Prise en charge possible par votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

OBJECTIF GENERAL

- Comprendre les contraintes de la lecture à l'écran
- Comprendre les réseaux sociaux et bien maîtriser la ligne éditoriale de chaque réseau social
- Appréhender le terrain d'action du Community Manager au travers les réseaux sociaux
- Construire une présence sur les réseaux sociaux et animer sa communauté
- Identifier et diagnostiquer la réputation numérique de l'entreprise
- Mettre en place un dispositif de veille

OBJECTIF PEDAGOGIQUE ET CONTENU DETAILLE

LES ENJEUX DE LA REDACTION POUR LE WEB

L'importance du contenu pour un bon référencement
Fonctionnement de l'algorithme Google
Le contenu : premier contact avec l'internaute
Clic to action / Taux de conversion / Taux de rebond
Favoriser la lisibilité en ligne

DEFINIR SES MOTS-CLES

Comment se définit un bon mot-clé ? / Comment trouver les bons mots-clés ?
Les filtres et outils Google
Quelle méthodologie pour choisir ses mots-clés ? / Où placer ses mots-clés ? / Densité des mots-clés

PRODUIRE SON CONTENU : LES REGLES DE BASE

Les clés de la rédaction en ligne
Construction de la page html

COMPRENDRE LE COMPORTEMENT DE LECTURE EN LIGNE

Les études Eye Tracking / Le parcours de l'œil sur la page
Lecture d'une page de résultats de recherche (SERP)
L'identification des titres
La ligne de flottaison versus Scroll
Quid de la publicité ?

TRAVAILLER SON TEXTE POUR SEDUIRE ET RETENIR L'INTERNAUTE

Le contenu pertinent
Le texte compréhensible
Le texte concis
Le langage concret
Le contenu fiable
Le texte illustré avec des images
Le texte illustré avec des contenus multimédia
L'enrichissement du contenu avec les liens hypertextes

AMELIORER LA LISIBILITE

Hiérarchiser l'information en travaillant la pyramide des contenus
Organiser le texte sur mobile / La typographie et couleurs sur le web et les mobiles

OPTIMISER LES « ZONES CHAUDES »

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

3 jours soit 21 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.800 € HT les 3 jours
Prise en charge possible par
votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

Community Management

COMPRENDRE LES MEDIAS SOCIAUX

DIFFERENCE ENTRE MEDIAS SOCIAUX ET RESEAUX SOCIAUX

7 IDEES RECUES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

10 RAISONS POUR ETRE PROACTIF SUR LES RESEAUX SOCIAUX

PANORAMA DES RESEAUX SOCIAUX : LE TERRAIN D'ACTION DU COMMUNITY MANAGER

Les réseaux sociaux professionnels : LINKEDIN - VIADEO – **les réseaux sociaux Pro** (métiers) à connaître

Les réseaux sociaux **grands publics** aux usages hybrides : FACEBOOK - TWITTER – PINTEREST – INSTAGRAM...

Les **multimédias** : DAILYMOTION – YOUTUBE...

CONSTRUIRE UNE PRESENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Les raisons d'une présence sur les réseaux sociaux : Communication vs conversation / Good buzz ou Bad buzz

Elaborer la stratégie

Définir la cible et définir le périmètre d'intervention :

- Veille technologique ou concurrentielle
- Fidélisation et adhésion à la marque
- Promotion des ventes et publicité / Communication
- Gestion de la réputation
- Ressources humaines
- Gestion de la relation client

ANIMER UNE COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Comment fonctionne une communauté ?

- Conversation ou monologue ? / Actifs et suiveurs ?
- Comprendre les mesures d'audience

Les bonnes pratiques

Comprendre les attentes de la communauté

Gérer le négatif avec transparence et honnêteté

Vendre ou informer

Valeur du contenu

S'exprimer de façon correcte en toutes circonstances

La boîte à outils du Community Manager

Observer, mesurer, suivre : Qui parle de vous ? / Quelle est votre visibilité ? / Veille sectorielle
Les statistiques des différents médias

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

3 jours soit 21 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.800 € HT les 3 jours

Prise en charge possible par
votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK

06.95.50.52.72

monique.pawlak@live.fr

www.webmarketingandcomm.fr

DEVELOPPER SES AFFAIRES AVEC LES MEDIAS SOCIAUX

L'interaction entre les internautes

10 règles d'or pour créer une expérience sociale réussie

LE METIER DE COMMUNITY MANAGER

Les missions du Community Manager / Les compétences et qualités pour exercer ce métier

Community Management : La réaction aux critiques

Ce que dit la loi

E-reputation

LA REPUTATION NUMERIQUE

- L'identité numérique
- La réputation numérique
- Diagnostiquer votre réputation numérique
 - Les outils au service de la réputation
 - Hiérarchisation des résultats des moteurs de recherche
- L'importance de la E-réputation pour une entreprise
 - La E-réputation, de l'entreprise aux salariés
 - Contrôler sa E-réputation
 - La e-réputation des entreprises : pour le meilleur et pour le pire
 - 10 Conseils pour gérer l'E-réputation de votre entreprise
- Comment nettoyer les « mauvaises traces »
 - Les recommandations à suivre
- 5 conseils pour booster votre e-réputation sur le web

RELATION CLIENT ET E-REPUTATION

- L'e-réputation au cœur des enjeux de relation client et de communication
- Comment gérer une situation de crise sur les réseaux sociaux ? Conseils et exemples
- Comment les entreprises soignent leur e-réputation : quelques exemples
- Quelles sont les activités des "veilleurs" ?

5 CONSEILS POUR BOOSTER VOTRE E-REPUTATION INDIVIDUELLE SUR LE WEB

LES MEILLEURES SOLUTIONS DU MARCHE POUR GERER SA E-REPUTATION