



## Public

Tout public désirant mieux connaître les réseaux sociaux et leur fonctionnement.



## Pré-requis

Aucun



## Durée

2 jours – 16 heures

Horaires : 08h30 – 12h30  
14h00 – 18h00



## Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés.

Échange avec le ou les stagiaires afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants.

Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



## Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

# LES RESEAUX SOCIAUX

## OBJECTIFS

Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux.  
Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement.

## PROGRAMME

### 1 - Du Web 1.0 au 3.0

Les acteurs du numérique : les GAFAM.

Les générations X, Y, Z, Alpha et leurs habitudes sur le web.

Les différents types d'influenceurs et leurs collaborations avec les entreprises.

### 2 - Panorama des différents médias sociaux

Définitions : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tiktok, Twitch, Discord.

Statistiques clés et démographies des principales plateformes.

Quelles entreprises communiquent sur quels réseaux sociaux et pourquoi ?

### 3 - Utiliser les médias sociaux

Facebook :

L'interface Facebook : profil, fil, page entreprise/groupe.

Où trouver ses paramètres de confidentialité ?

L'algorithme de Facebook et son impact pour les particuliers et les marques.

Instagram :

L'interface Instagram.

Les différents formats : publications, stories et reels.

Positionnement des entreprises sur Instagram.

LinkedIn:

Interface LinkedIn : profil, fil d'actualité, page et groupe.

Personal branding, recherche d'emploi, social selling, employee advocacy, marque employeur : que faire sur LinkedIn en tant que marque ou professionnel ?

Les fondamentaux de l'optimisation de profil sur LinkedIn.

Twitter :

Interface Twitter.

Le lexique et les codes de la plateforme : hashtags, mentions, ...

TikTok :

Interface TikTok et lexique.

Quels sont les formats de publication et usages ?

Comment communiquer en tant que marque sur TikTok ?

### 4 - Les tendances digitales

Le metaverse et les technologies immersives : réalité virtuelle, réalité augmentée, cryptomonnaie.

L'intelligence artificielle : sa place future dans notre quotidien.

Les nouveaux métiers du digital : hacker éthique, data scientist, ...