

Web 2.0 et Médias Sociaux

Quels impacts pour votre marque et votre communication ?



Blogs, réseaux sociaux, sites de partage, portails collaboratifs, microblogs, livecast, lifecast, lifestream... l'éventail d'outils d'expression offerts aux internautes est tous les jours plus vaste, diluant ainsi les parts d'audience de même que l'attention. Dans ce contexte très instable pour les médias traditionnels, comment les marques doivent-elles s'y prendre pour garder la maîtrise de leur image ? Quels outils sont à disposition des annonceurs pour mieux piloter leur présence au sein de ces communautés d'acheteurs ? Sur quels critères doivent-ils fonder leur choix de sélection d'une plateforme sociale pour héberger leur campagne ? Comment évaluer le potentiel d'un influenceur ?

Compétences dispensées :

- Savoir évaluer sa présence en ligne
- Veiller sur sa marque personnelle et professionnelle
- Connaître les indicateurs d'influence de la blogosphère
- Définir une stratégie de prise de parole sur les médias sociaux
- Créer des campagnes de marketing communautaire
- Gérer la relation avec les blogueurs
- Connaître les outils existants pour veiller, identifier et agir

Pédagogie, supports :

- Équilibre entre méthodologie, mises en situations, cas pratiques et temps d'échanges
- Documentation et supports audiovisuels, également consultable en ligne
- Suivi de la formation hors et en ligne pour valider les principaux savoir-faire acquis
- Coaching personnalisé

Points forts :

- Consultant-formateur avec près de 15 années d'ancienneté dans les métiers du web et du commerce en ligne (Allemagne, France, Suisse)
- Accompagnement opérationnel adaptée aux méthodes et process des clients, incluant les contextes multiculturels