

04

LINKEDIN : AUGMENTER SA NOTORIÉTÉ

L'objectif de cette formation est de sensibiliser les PME/TPE et artisans à l'utilisation quasi incontournable des médias sociaux dans une stratégie de communication. Cette formation est aussi destinée à un public étudiant les bases du marketing digital à travers l'utilisation des médias sociaux.

1. Public visé :

Toute personne ayant un rôle dans la communication d'une entreprise (responsable de communication, chargé de communication...) mais aussi aux chefs de petites entreprises (artisans, professions libérales) ainsi qu'aux étudiants en marketing ou ayant des modules de marketing dans leur programme de formation.

2. Objectifs pédagogiques :

Les objectifs pour les participants sont dans la 1ère partie :

- L'acquisition de connaissances sur l'outil LinkedIn,
- L'acquisition de trucs et astuces avec l'emploi d'outils connexes,
- L'apprentissage des bases du marketing (méthode SWAP),
- L'importance de la création d'une stratégie digitale,
- La création de campagnes publicitaires,
- Les opportunités dans l'avenir.

La compréhension de la 1ère partie va permettre de réaliser des stratégies digitales autour de cas concrets et ainsi de mesurer pour le stagiaire :

- Son niveau de connaissances,
- Sa prise de parole en public.

À l'issue de la formation le participant saura utiliser les outils de base de LinkedIn et commencer une réflexion sur une stratégie digitale.

3. Durée de la formation :

La formation s'effectue sur une durée de 8 heures en 2 sessions de 4 heures chacune. En fonction du nombre de stagiaires, des équipes de 3 à 4 stagiaires sont constituées avec un nom et un chef d'équipe.

04

LINKEDIN : AUGMENTER SA NOTORIÉTÉ

4. Déroulé de la formation :

Cette journée est scindée en 2 parties :

- Théorie : Présentation de LinkedIn
Durée : 4h
- Cas pratiques : Établir une stratégie digitale autour de cas spécifiques.
Durée : 4 h

5. Pré-requis

Aucun pré-requis n'est indispensable. Une bonne connaissance des outils bureautique est juste nécessaire.

6. Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement :

Chaque stagiaire reçoit la présentation sous forme d'un fichier PDF via e-mail. Il aura également reçu tout au long de la formation des fiches techniques résumant les avantages et inconvénients de chacun des médias sociaux (voir annexe 3). Ces supports doivent lui permettre dans son activité d'apprécier l'intérêt qu'il pourra porter à utiliser l'un ou l'autre des médias.

Chaque stagiaire doit être en possession d'un smartphone ayant accès à internet.

La formation est assurée par Mr Pavle Orlovic, Président et fondateur de la société de conseils en médias sociaux « I am digital ». Fort d'une expérience de 3 ans dans les métiers de la communication digitale, Mr Orlovic a complété sa formation par un Certificat de Community Manager, délivré par la Cegos en décembre 2016.

7. Suivi et évaluation :

Si la population des stagiaires est constituée d'étudiants et que cette formation s'inscrit dans un module d'enseignement, une note est attribuée à la fin de la 2ème partie à travers la mise en avant de la stratégie digitale.

Dans le cas de stagiaires d'entreprises, les évaluations sont internes à celles-ci.