

COACHING FORMATIONS CONSULTATIONS WEB 2.0

Vous serez en mesure de :

Utiliser efficacement les médias sociaux et moteurs de recherches dans un contexte d'affaires.

Parler le langage des nouveaux médias avec vos employés, vos clients et vos partenaires.

Rentabiliser votre présence sur le Web.

Comprendre l'impact d'Internet dans votre développement d'affaires.

Nos stratèges Web formateurs se rendent chez vous pour accompagner et former vos employés à utiliser le Web stratégiquement pour atteindre vos objectifs d'affaires.

FORMATIONS STRATÉGIQUES OFFERTES

- Médias sociaux** : Connaître et comprendre les médias sociaux (Niveau : Débutant)
- **Facebook** : Entrer dans l'ère Facebook pour ne rien manquer (Niveau : Intermédiaire)
- **LinkedIn** : Développer votre réseau d'affaires avec LinkedIn (Niveau : Intermédiaire)
- **Twitter** : Twitter en 140 caractères, c'est utile en affaires (Niveau : Intermédiaire)
- **Web** : Bâtir et alimenter une communauté de clients sur le Web (Niveau : Intermédiaire)
- **Blogue** : Comprendre l'importance du blogue d'affaires (Niveau : Intermédiaire)
- **Google**: Comment ça marche? Initiation au positionnement de votre site sur Google (Niveau : Intermédiaire - avancé)

QUELLES SONT NOS RÉFÉRENCES DE CLIENTS SATISFAITS?

- Raymond Chabot Grant Thornton Estrie (lien linkedin) (Christian Paquet)
- Corporation de développement économique communautaire (Celine Deligneris)
- Ordre des kinésiologues et orthothérapeutes du Québec (Kandy Mallet)
- Conseil de la culture de l'Estrie (Marie-Josée) (lien linkedin)
- Progestion Estrie (Nicole Bergeron)
- Chambre Immobilière de l'Estrie

QUI SONT NOS FORMATEURS?

- Philippe Marchesseault (stratège Web)
- Christian Nadeau (stratège Web)
- Marilyne Gosselin (formatrice)
- Christophe Dupont (stratège Web)

COMBIEN ÇA COÛTE?

Service de coaching : 250\$ par heure pour des groupes de 5 personnes ou moins.

NOTE : Des frais de déplacement à 0,50\$ du kilomètre peuvent s'appliquer.



COMPRENDRE LA CULTURE DES MÉDIAS SOCIAUX

(3H)

● Niveau : Débutant

- Du Web 1.0 au Web 2.0 vers le web 3.0
- Les médias sociaux, ça fonctionne comment?
- Publicité par les gens pour les gens
- Le principe des six degrés de séparation (L'effet des amis et bouche à oreille numérique)
- Les types de médias sociaux
- Les médias sociaux et les moteurs de recherche
- Les principaux sites de médias sociaux à utiliser
- Comment intégrer les médias sociaux dans votre culture d'entreprise
- Les règles et dangers des médias sociaux
- Trucs et astuces pour réussir

750\$



BÂTIR ET ALIMENTER UNE COMMUNAUTÉ DE CLIENTS SUR LE WEB

(3H OU 6H + 1H)

● Niveau : Débutant

- Qu'est-ce qu'une communauté?
- Identifier ses objectifs, sa clientèle, son message et ses ressources (\$, humaine, temps)
- Identifier la clientèle cible
- Définir une stratégie de communication Web
- Comment rentabiliser votre communauté?
- Le leader de communauté, qui est-t-il?
- Pourquoi ferait-on partie de votre communauté?
- Le cycle de développement de clients
- Les incitatifs virtuels et physiques
- Les méthodes de recherches de vos clients
- Exister dans les principaux médias sociaux
- Développer l'appropriation de votre communauté
- Quoi diffuser et comment pour faire participer les gens ?
- Concepts pour stimuler la participation virtuelle et physique
- Le blogue au cœur de votre communauté
- Les outils de partage des contenus
- Les outils de rétroaction pour s'améliorer
- Gérer facilement votre communauté avec les bons outils
- Faire connaître votre communauté avec la publicité en ligne

1600\$

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

UTILISER FACEBOOK À VOTRE AVANTAGE

(3H OU 6H + 1H)

● ● Niveau : Intermédiaire

- L'utilisation de Facebook au quotidien
- L'influence sociale «friends to friends effect»
- La vie privée sur Facebook
- Les outils Facebook (page, profil, groupe)
- Le jargon Facebook (wall, babillard, profil, mises à jour, message, poke, tag, etc.)
- Comprendre le fil des nouvelles et l'optimisation des médias sociaux (SMO)
- Influencer les bonnes personnes avec votre page Facebook
- Techniques, trucs et astuces pour établir la conversation avec les fans
- Les règles du jeu sur Facebook
- Les étapes de création d'une page Facebook efficace
- Exemples de pages Facebook à succès
- Les communautés existantes dans votre secteur
- Définir les « actions » importantes à réaliser sur votre Page Facebook
- Générer du trafic sur votre page Facebook avec la publicité
- Mesurer le succès sur Facebook
- Introduction aux applications Facebook (YouTube, PDF, Twitter, vente, coupons, sondages, vidéos)

1600\$



DÉVELOPPER ET MAINTENIR SON RÉSEAU D'AFFAIRES AVEC LINKEDIN

(3H OU 6H + 1H)

● ● **Niveau : Intermédiaire**

(Pré-requis : Connaissances de base d'utilisation des médias sociaux)

- Initiation au réseautage social numérique
- LinkedIn c'est quoi?
- LinkedIn c'est pour qui?
- Pourquoi utiliser LinkedIn?
- La première impression virtuelle
- Bâtir et présenter un bon profil LinkedIn
- Bâtir votre réseau de relations d'affaires
- Alimenter votre réseau de relations d'affaires
- Développer votre réseau de contacts
- Trucs, astuces, précautions
- Par où commencer?
- Faire de la publicité sur LinkedIn

1600\$



TWITTER EN 140 CARACTÈRES, UTILE EN AFFAIRES

(3H)

● ● **Niveau : Intermédiaire**

(Pré-requis : Connaissances de base d'utilisation des médias sociaux)

- Twitter, c'est quoi?
- Quelle est la différence avec Facebook?
- Qui utilise Twitter?
- Qu'est-ce qui le rend unique?
- Pourquoi l'utiliser?
- Trouver des clients potentiels
- Générer du trafic
- Établir la conversation
- Développer son réseau d'affaire
- Identifier et cibler des clients potentiels
- Les règles et les dangers
- Intégrer Twitter dans votre culture d'entreprise

750\$



BLOGUER POUR ÊTRE TROUVÉ ET LU

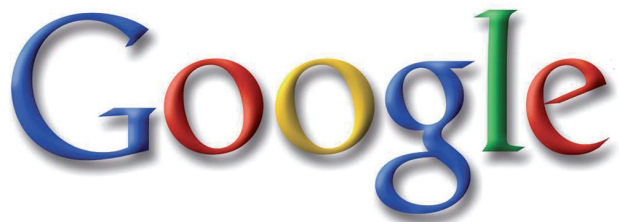
(3H OU 6H + 1H)

● ● **Niveau : Intermédiaire**

(Pré-requis : Connaissances de base d'utilisation des médias sociaux)

- Les statistiques des blogues
- La différence entre un blogue et un site Web
- Le CMS ou gestionnaire de contenus
- L'impact d'un blogue sur votre présence Web Le jargon des blogues
- Les principes de fonctionnement d'un blogue
- Les RSS
- S'abonner à votre blogue avec Feedburner
- La blogosphère
- La connexion aux médias sociaux
- Le partage de vos contenus sur les bons médias sociaux
- L'outil de blogue Wordpress.com et Wordpress.org
- Exemples de bons blogues
- Les contenus dans les moteurs de recherches VS les médias sociaux
- Les contenus temporels et intemporels
- Exemple de la force du blogue
- Trucs pour avoir du succès avec votre blogue
- Les règles de publication
- Les caractéristiques des billets de blogue qui génèrent du trafic (titre, images, liens, audience)
- Gérer la rétroaction pour améliorer vos contenus
- Fixer des objectifs (SMART) et des cibles précis
- Établir les mesures de succès
- Mesurer le retour sur investissement

1600\$



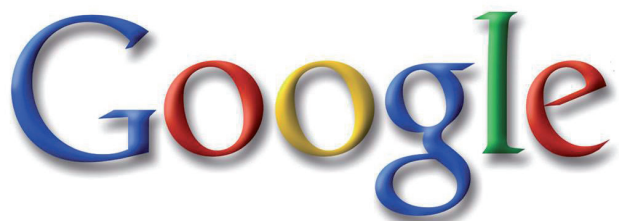
GOOGLE ET LES MÉDIAS SOCIAUX

(3H)

● ● **Niveau : Intermédiaire (Comment ça marche)**

- Les types de médias sociaux
- Les sites de médias sociaux
- L'importance d'être sur Google
- Localisation sur Google avec Google Adresse
- Être présent dans la recherche d'images sur Google
- Être présent dans la recherche de vidéos sur Google
- Être présent dans la recherche de blogues sur Google
- Être présent dans la recherche de conversations sur Google
- Être certain d'être trouvé avec Google Ads
- Apprendre à choisir et utiliser les bons mots clés
- Évaluer les statistiques de recherches de Google
- Évaluer les termes de recherches importants
- Augmenter son positionnement sur Google avec les médias sociaux
- Veille stratégique des résultats de vos actions et de vos concurrents
- Intégrer les médias sociaux dans votre site Web

750\$



GOOGLE ET LES MÉDIAS SOCIAUX

(3H OU 6H + 1H)

● ● ● **Niveau : Avancé** (Initiation au positionnement de votre site sur Google)

- Comment fonctionne Google ?
- Le jargon des moteurs de recherches Spider, Robot, indexation, référencement
- Soumettre votre site aux moteurs de recherches
- Le PR, ça veut dire quoi
- L'importance des méta mots clés
- La structure de votre page
- Le choix d'un bon nom de domaine
- Ajouter des noms de domaine
- L'identification des images
- Avoir le choix des titres
- Google Webmaster tools
- Les erreurs 404
- La puissance du blogue
- Le principe du Long tail
- L'impact de votre présence dans les médias sociaux
- Google Ads être visible immédiatement
- Diagnostiquer votre site Web
- L'impact des contenus copiés

1600\$