

DÉVELOPPER VOTRE CULTURE DIGITALE

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

Compétences visées

S'approprier le vocabulaire digital et adopter des réflexes numériques. Se lancer sur le web et les réseaux sociaux. Comprendre les enjeux de la transformation numérique.

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet de définir le digital aujourd'hui et se repérer dans les usages et les technologies. Identifier les acteurs et se situer dans cet univers tout numérique personnel et professionnel, tout en se conformant au nouveau cadre juridique du RGPD.

Population visée

Tout public, toute personne qui souhaite acquérir une base de culture digitale.

Pré-requis

Pas de pré-requis pour suivre cette formation.

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Formateur consultant expert en communication digitale

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

Contenu

Définition du digital

- État des lieux de l'Internet en France : chiffres clés et vocabulaire
- L'évolution historique de l'Internet devenue web 2.0 puis web 3.0
- Comparer les données sociologiques : générations X, Y, Z, digital native

Les acteurs majeurs du digital

- Lister les acteurs clefs : les GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon), les pure players, les médias sociaux
- Les nouveaux géants du numérique : les BATX chinois (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi)
- Les acteurs du E-commerce : Amazon, Cdiscount, Ventes privées, Leboncoin
- L'Écosystème digital : Editeurs de contenus, Régies publicitaires, Agences web, Annonceurs medias, Blogs et Influenceurs

Tour d'horizon des réseaux sociaux

- Utiliser le Storytelling pour créer du contenu unique
- Facebook : créer et administrer une page Entreprise
- Twitter : les bonnes pratiques pour débiter
- Instagram : présentation du réseau social de l'image
- Les réseaux émergents : LinkedIn, Snapchat, Tiktok
- Comprendre l'importance des influenceurs et des Youtubeurs

Évolution des comportements et des usages

- Comment utilise-t-on le digital au quotidien ? Desktop, mobile, tablette, objets connectés
- Quels usages pour une entreprise : vitrine, information, vente, divertissement, recrutement
- Les nouvelles tendances : le multi-écran, la distribution cross canal, la digitalisation du point de vente, l'économie collaborative, le social commerce, le marketing participatif
- Analyse de ces nouveaux comportements : UGC du spectateur au consommateur (User Generated Content ou contenu créé par les utilisateurs) et le consommateur ROPO (Research On line, Purchase Off Line)

Savoir dialoguer avec une équipe technique spécialisée web

- Acquérir les rudiments du fonctionnement d'un site Web, hébergement, emails et nom de domaine
- Vocabulaire du développement: intégration HTML, back & front office, CMS, moteur de recherche, storyboarding, agilité d'équipe Scrum, etc.
- Vocabulaire du placement publicitaire sur Internet: SEA, SEO, SEM, RTB, display (banner), campagne d'affiliation, CTR, CPM, CPC etc.

La mobilité : smartphones et tablettes

- Différencier l'internet mobile des applications mobiles
- Identifier les acteurs du marché, différencier les systèmes d'exploitation, les navigateurs et les stores de téléchargement
- Que permettent ces appareils ? Définir géolocalisation, accéléromètre, paiement sans contact, réalité augmentée

Panorama des technologies et usages

- La désintermédiation : exemple de Uber
- La dématérialisation : exemple du service Impot Gouv
- La viralité du contenu et l'importance de la vidéo
- Les dernières tendances : l'AVI (agent virtuel intelligent), le QR Code, la RFID, la réalité augmentée, les objets connectés, le cloud computing, impression 3D, intelligence artificielle, algorithme
- Qu'est ce que le BigData ? Comprendre les enjeux

Connaître les métiers spécifiques du digital

- Les conséquences du digital sur les métiers: création, disparition, adaptabilité
- Les nouveaux métiers du numérique : développement, design et contenu
- Les nouveaux métiers liés aux réseaux sociaux et au digital marketing

Le RGPD et son cadre juridique

DÉVELOPPER VOTRE CULTURE DIGITALE

- Installer sa marque dans ce nouveau contexte légal et adapter son site internet
- Le droit d'auteur et le respect des règles de la CNIL
- La vie privée, le droit à l'oubli et les conséquences de l'application de la RGPD