

SMARTPHONE, TABLETTE ET GÉOLOCALISATION

Durée

1 jour

Référence Formation

5-NO-GEOL

Objectifs

Connaître les fondements et les services offerts par les applications mobiles et la géolocalisation
Prendre conscience de l'intérêt marketing et commercial
Être capable de convaincre ses collaborateurs et ses partenaires des bénéfices liés à la géolocalisation

Participants

Formation ouverte à tous Direction et service marketing

Pré-requis

Pas de prérequis spécifique

PROGRAMME

- Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques
- Histoire, enjeux marketing de la géolocalisation et des applications

Histoire, enjeux marketing de la géolocalisation et des applications

- Principe de fonctionnement

Principe de fonctionnement

La géolocalisation et les moteurs de recherche

Focus sur Google et son algorithme de recherche

Bing et la stratégie d'annuaire

La personnalisation des résultats

- Applications et outils

Adapter un site Internet à la géolocalisation

Les consignes de Google

Click and Mortar

QR codes et stratégie off-line

Pub locale et recherche locale Rich snippets et micro données

- Les services de Google pour la géolocalisation
- Médias sociaux

Médias sociaux

Facebook, Twitter, Google+ et la géolocalisation

Foursquare,...

Evaluation et recommandations

Les usages des socionautes et le positionnement des entreprises

- Web mobile et usages des mobinautes

SoLoMo voire CoSoLoMo : Contenu, Social, Local et Mobile

Social shopping géolocalisé : les applications incontournables

- Campagnes de liens sponsorisés géo localisées

B2C : Google AdWords et Facebook

B2B avec LinkedIn et Viadeo

- Bilan, évaluation et synthèse de la formation

Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.



Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.

En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.

Formateur expert dans son domaine d'intervention

Apports théoriques et exercices pratiques du formateur

Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants

Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants

Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

