

## 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

Etre capable de convaincre ses collaborateurs et ses partenaires des bénéfices liés à la géolocalisation

### Participants

Tout public

Toute personne en charge du marketing

### Pré-requis

Pas de prérequis spécifiques

### 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.

### PROGRAMME

#### Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- 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

#### Histoire, enjeux marketing de la géolocalisation et des applications

- 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

#### **Principe de fonctionnement**

- Facebook, Twitter, Google+ et la géolocalisation
- Foursquare ...
- Evaluation et recommandations
- Les usages des socionautes et le positionnement des entreprises

#### **Applications et outils**

- SoLoMo voire CoSoLoMo : Contenu, Social, Local et Mobile
- Social shopping géolocalisé : les applications incontournables

#### **Les services de Google pour la géolocalisation**

- B2C : Google AdWords et Facebook
- B2B avec LinkedIn et Viadeo



**CAP ÉLAN FORMATION**

[www.capelanformation.fr](http://www.capelanformation.fr) - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : [contact@capelanformation.fr](mailto:contact@capelanformation.fr)

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2025