

Objectifs

Intégrer le phénomène des blogs dans sa stratégie de communication interne et externe
Maîtriser les principaux concepts techniques et les outils liés au blog pour l'animer et le faire évoluer

Public visé / Pré-requis

Membres des services Communication et tout collaborateur ayant à mettre en place des outils de travail collaboratifs

Profil Formateur

Consultant spécialiste de l'informatique et d'internet

Moyens

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Programme

Intégrer les enjeux d'un blog d'entreprise

Comprendre les raisons du succès des blogs généralistes ou spécialisés
Tirer parti de l'expérience de blogs existants
Évaluer les avantages pour l'entreprise des contenus partagés et des communautés professionnelles

Identifier les éléments-clés d'un blog réussi

Définir les critères, faire les bons choix éditoriaux en fonction de l'objectif du blog
Concevoir un blog pour les clients de son entreprise ou pour la communication interne
Comprendre l'importance des liens
Estimer la bonne fréquence de mise à jour

Choisir et maîtriser les technologies

Connaître les outils web ou communautaires
Choisir un logiciel serveur ou un blogiciel
Gérer les droits d'accès
Comprendre l'utilisation des bases de données

Adopter l'édition personnalisée et l'information partagée

Optimiser l'information par la syndication des contenus
Personnaliser son information grâce au « Fil RSS »
S'abonner à partir d'un navigateur (Firefox)
Publier ou compléter une information sur le blog Ajouter un « lien actif » (trackback)
Inciter les lecteurs à contribuer et à enrichir le blog

Compléter et personnaliser son blog

Définir une charte graphique
Insérer des éléments multimédias et enrichir les pages : animations, vidéos, sons
Connaître et envisager les autres modèles collaboratifs : Wiki et Moblog