

The background of the slide is a blurred screenshot of a web browser displaying the Facebook login page. The browser's address bar shows the URL 'https://www.facebook.com'. The page title is 'Facebook - log in or sign up'. The Facebook logo is visible in the top left corner. The main content area of the page is out of focus, showing the text 'Facebook' and 'people in your...' with some faint icons below it.

Panorama des réseaux sociaux

publics et utilisations

Plan et objectifs

1. Qu'est-ce qu'un RS ?
2. Quels sont les RS les plus utilisés ?
3. Comment les catégoriser ?
4. Quelles utilisations fait-on des RS ?
5. Quels sont les dangers des RS ?
6. Quelles sont les opportunités offertes par les RS ?
7. Quelle utilisation peut-on faire des RS dans notre contexte ?
8. Quels sont les principes à respecter pour une bonne utilisation ?

Quiz Concours

[https://forms.gle/
kpCHs77LumqEQ
c9r5](https://forms.gle/kpCHs77LumqEQc9r5)

GFA - Utiliser les réseaux sociaux en formation

Questionnaire de positionnement, d'évaluation des attentes et de mutualisation des expériences

Combien de temps passez-vous sur Internet par jour ?

- Moins de 1 heure
- Entre 1 et 3 heures
- Entre 3 et 6 heures

8

Rechercher une personne...

Écrivez un nouveau message : texte, liens, mentions de @membre, #étiquettes, docs, événements, etc.

En public

Partager dans "[PDC] Panorama des rés..."

Rechercher un message

Fabrice DARRIGRAND @fabdar
Questionnaire sondage.

GFA - Utiliser les réseaux sociaux en formation G

J'aime Je n'aime pas

23/04/2019 à 11:27

Partager

Début du fil de discussion, il n'y a plus de message en dessous.

Sphère isolée
Attacher à une organisation ?

[PDC] Panorama des réseaux sociaux

Formation plan de compétences, Avril 2019

Paramètres de sphère

Tester Premium gratuitement pendant 37 jours.

Membres (1)

Inviter des Membres

- Messages privés
- Annuaire complet
- Administrateurs
- Demandes
- Invitations en attente
- Flux externes

<https://whaller.com/sphere/xgsbwk#>

Qu'est-ce qu'un réseau social ?

Donnez une définition de "Réseau social"

Utilisez cet article
pour relever les
caractéristiques
principales



En 2018 peut-on comprendre ce que sont les réseaux
sociaux ? - Médias Sociaux

Quelques caractéristiques

En ligne

Profil

Publication

Mur (défilement infini)

Intéractions (likes, comments, etc.)

Partage

Réseau (suivi, abonnement)

Notifications

Site ou application

Quels sont les RS les plus utilisés ?



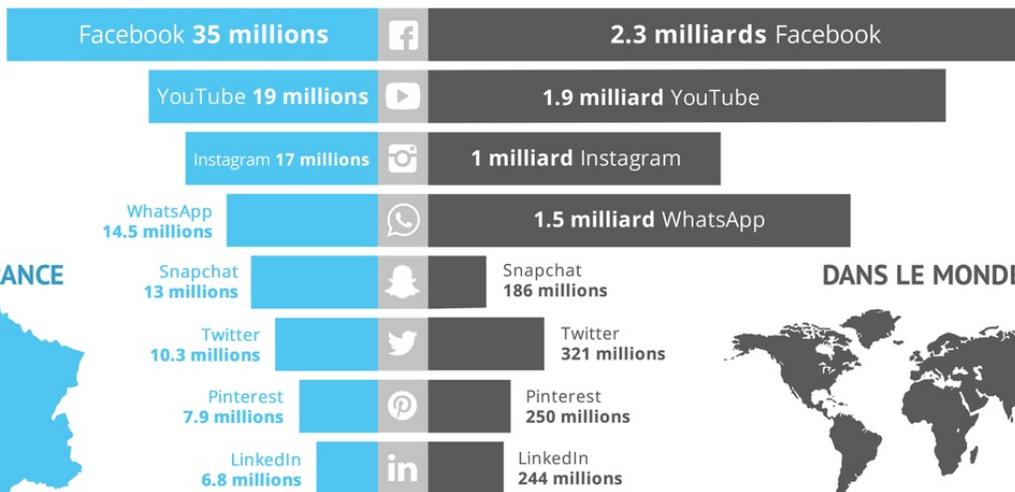
LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

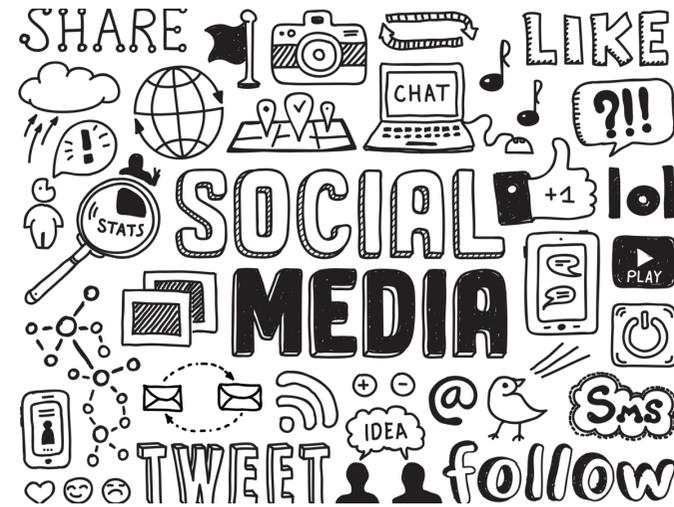
Mars 2019

Infographie réalisée par AGENCE DIGITALE

EN FRANCE



DANS LE MONDE



Les 50 chiffres à connaître sur les médias sociaux en 2018 - BDM

Classements, MAU, DAU, chiffres clés

Caractéristiques des RS les plus célèbres

facebook, twitter, youtube, instagram,
snapchat

Facebook

Généraliste depuis 2004
Menlo Park, Californie
Photo de profil
Mur
Friends
Like / réactions
Comment
Share
notifications
Profil, Pages, Groupes,
Messenger
Watch
Publicité
2,3 Million MAU
Instagram, What's App,
Oculus Rift,
Messenger
"C'est gratuit et ça le restera toujours"

The screenshot shows a Facebook profile for Fabrice Darrigrand. The top navigation bar includes a search bar, the user's name, and navigation links for 'Accueil', 'Retrouver des amis', and notification icons. The left sidebar lists various features like 'Fil d'actualité', 'Messenger', 'Watch', 'Marketplace', and 'Raccourcis'. The main content area features a post by Jakub Shareit with the text: 'Badanie dotyczące stopnia wykorzystania mediów społecznościowych przez młodzież. Prosimy o wypełnianie i udostępnianie. https://www.surveymonkey.com/r/SOC_MED'. Below the text is a survey image with the title '36,6 CC Competence Centre' and 'Online Slavery - Social Media Addiction, Social Life's Extinction'. The post has 4 likes and 6 shares. Below the post is a sponsored advertisement for Vistaprint with the text '-25% sur les flyers et dépliants'. The right sidebar contains 'Stories' with 'Ouest France' and '750g : Recettes de cuisine', 'Votre Page' for 'Je construis mon parcours...' with 147 likes, and 'Publications récentes' with a post about 'Le dispositif de formation "Insertion" de votre Parcours Emploi Compétences (PEC) commence cette semaine!'. At the bottom right, there is a 'Sélection Marketplace' section.

Twitter

280 caractères

321 millions AU

photos, vidéos

comptes public par

défaut

microblogging

tweet, fav, retweet, dm

followers

mentions

@nomutilisateur

verified accounts

trending topics

#hashtag

influenceurs

San Francisco

Depuis 2006

Utilisé par :

Ce qu'il se passe

The screenshot shows the Twitter homepage with a navigation bar at the top containing 'Accueil', 'Moments', 'Notifications', and 'Messages'. A search bar is on the right. The main content area features a tweet from Jeanine Berthier retweeted by JIPN (@JIPN_) with a 'RAPPEL !!' (Reminder!!) and a call to action for the JIPN 2019 event. Below it is a tweet from Fabrice Legros (@Fablegros) featuring a GIF of a large white blimp in a museum. The left sidebar shows 'Tendances pour vous' (Trends for you) with various hashtags like #WorldBookDay, #cashinvestigation, and #RCLFCL. The right sidebar contains promotional banners for 'Jetez un œil au nouveau Twitter' (Take a look at the new Twitter) and 'Suggestions' (Suggestions) with user profiles like RIES @RIES_CIEP and CIEP_Coop Educ.

YouTube

Publication de vidéo
J'aime, Je n'aime pas
Commentaires
notifications
Abonnement
Chaîne, compte
Musique
Humour
Jeux vidéos
Monétisation
Publicité pour visionner
depuis 2005
appartient à google
depuis 2006

The screenshot shows the YouTube homepage with a search bar at the top. On the left, there is a navigation menu with options like 'Accueil', 'Tendances', 'Abonnements', 'Bibliothèque', 'Historique', 'À regarder plus tard', 'Vidéos "J'aime"', 'piANO', 'ABONNEMENTS', and 'AUTRES CONTENUS YOUTUBE'. The main content area features a 'Recommandations' section with a grid of video thumbnails. Below this is a 'PLUS' section with a 'Football' category filter and a 'S'ABONNER 762 K' button. The video thumbnails include titles like 'Khatia Buniatishvili Mussorgsky, List, Schubert', 'THE FEARLESS FLYERS // Flyers Direct', 'Otis Stacks (ft. Gift Of Gab) - Fashion Drunk [Official Video]', 'Jazz is the mother of hip-hop', 'Gioli & Assia - #DiesisLive @Milazzo, Sicily [Handpan]', 'Ados des années 60 : Que sont-ils devenus ? | Archive', 'Coin Operated - Animated Short Film', 'Anderson .Paak & Thundercat - Haulin (Best)', 'Flying Lotus - Fire Is Coming feat. David Lynch', 'Rachmaninov : Concerto pour piano n°3 (Daniil Trifonov / France Musique)', 'Chuck Norris Shooting Everyone', 'Olive et Tom - Episode 80 - Le géant', '30 actions de Zidane qui ont fait le tour du monde', 'Kylian Mbappé vs Uruguay (20/11/2018) HD 1080i | MincmpsJR2', '10 Times Ronaldinho Shocked The World', 'Look At These Goals by BARCA in 2019 • Too Good', 'TOP 10 GOALS - 2018 FIFA WORLD CUP RUSSIA', and 'Résumé 33ème journée - Ligue 1 Conforama 2018-19'.

The screenshot shows a YouTube video player with a video titled 'BURN OUT | Animation Short Film 2017 - GOBELINS'. The video content is a dark, abstract animation with a central figure. A text overlay at the bottom of the video reads 'Ma batterie est à plat !'. Below the video player, the video title and channel name 'Gobelins' are visible, along with the view count '668 891 vues' and engagement metrics like '27 K' likes and '167' comments. There are buttons for 'PARTAGER', 'ENREGISTRER', and 'S'ABONNER 238 K'. On the right side, there is a 'À suivre' section with a 'LECTURE AUTOMATIQUE' toggle and a list of recommended videos, including 'Snack Attack', '20 Gardening Hacks That Will Blow Your Mind!', 'Alternative Math | Short Film', 'PEOPLE WHO ARE HAVING WORSE DAY THAN YOU (NEW)', 'Tea Time - ESMA 2015', '40 Faits Fascinants sur les Chats Pour les Aimer Encore', and 'El Vendedor de Humo'.

Instagram

Comme twitter mais centré sur les photos, vidéos perso courte Selfies
Appartient à Facebook Depuis 2010
App
<https://www.instagram.com/le.pupitre.d.or/>

The screenshot shows the Instagram profile for 'le.pupitre.d.or'. At the top, there is the Instagram logo and the name 'Instagram'. A search bar is located to the right of the logo. In the top right corner, there are buttons for 'Log In' and 'Sign Up'. The profile picture is a circular logo with a drawing of a desk and chair, and the text 'Le pupitre d'or' and 'Matériel enseignant'. The profile name is 'le.pupitre.d.or' with a 'Follow' button. Below the name, it shows '14 posts', '172 followers', and '106 following'. The bio reads: 'Lepupitredor Enseignante passionnée par le 3e cycle, la littérature jeunesse et l'enseignement ludique.' followed by icons for a person, a book, and a speech bubble. Below the bio, it says 'Trouvez-moi sur FB et Mieuxenseigner' and provides the Facebook link 'www.facebook.com/Lepupitredor'. The main content area shows a grid of posts. The first post is a 'Roue des adjectifs liés aux sentiments' (Wheel of adjectives related to feelings), a colorful circular chart with various adjectives. The second post is a 'plan de travail' (work plan) with handwritten text 'français', 'math', and 'autre'. The third post is a chalkboard with the quote 'CE SONT NOS CAPACITÉS QUI MONTRENT QUI NOUS SOMMES, BIEN PLUS QUE NOS CAPACITÉS - ALBUS DUMBLEDORE'. The fourth post is a drawing of a penguin. The fifth post is a red book cover titled 'le petit poisson rouge'. The sixth post is a 'Plan de la co' (lesson plan) with a 'Déjà terminé?' (Already finished?) sticker.

Snapchat

Depuis 2011

App

Messagerie

interpersonnel

Snaps : Photo ou vidéo

(10sec) + filtres ou

légendes

Vidéo chat

Autodestruction des messages

Stories : compilation de

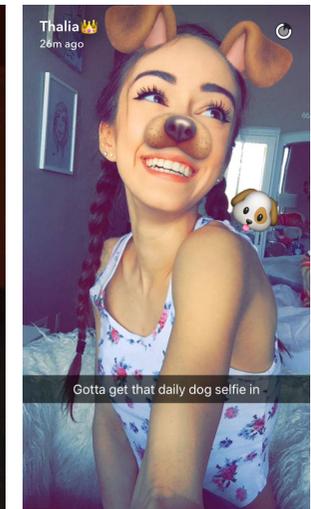
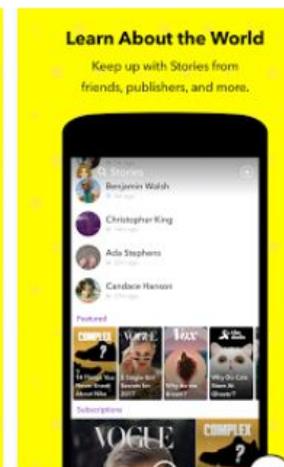
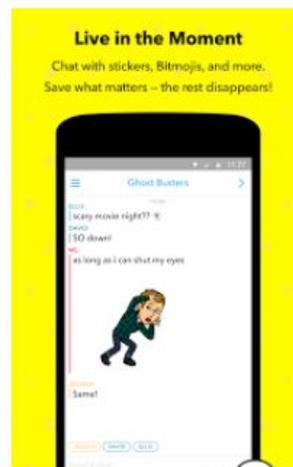
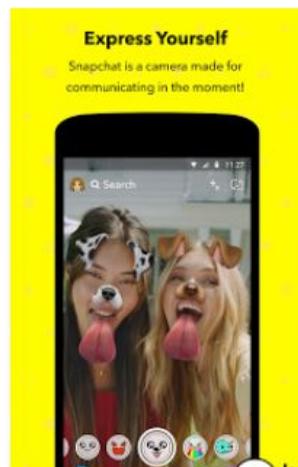
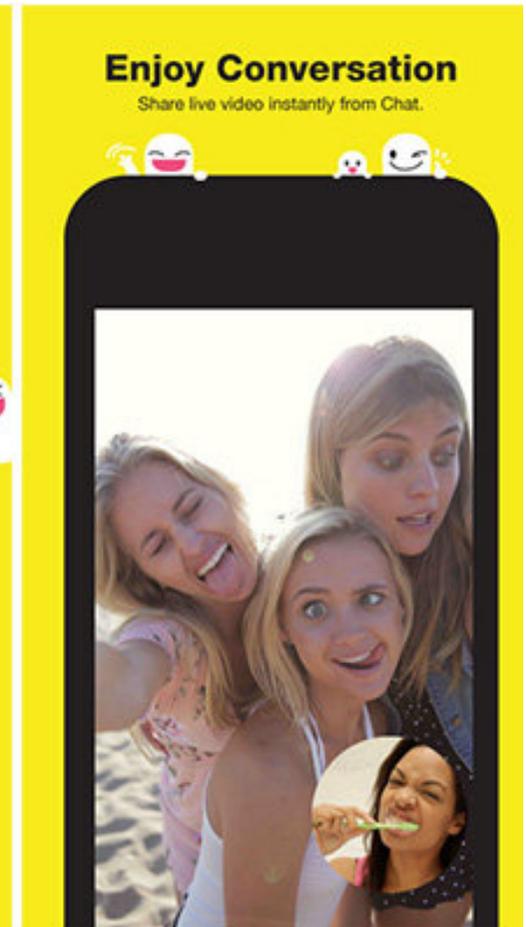
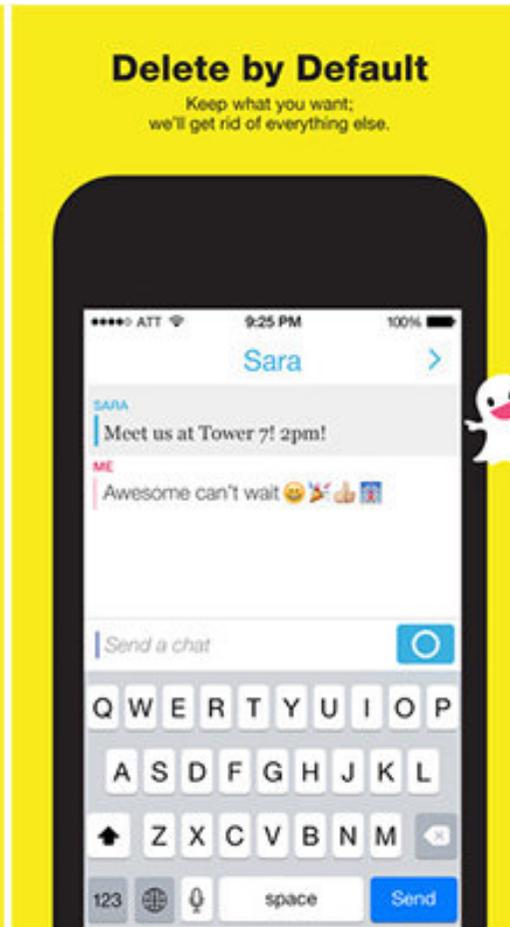
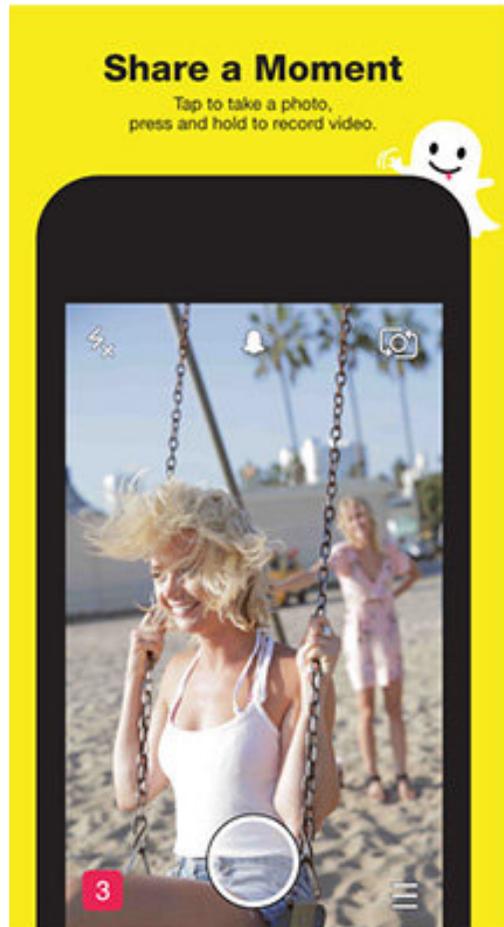
24 heures de contenu

Réalité augmenté

187 million DAU

Publicité

Millenials

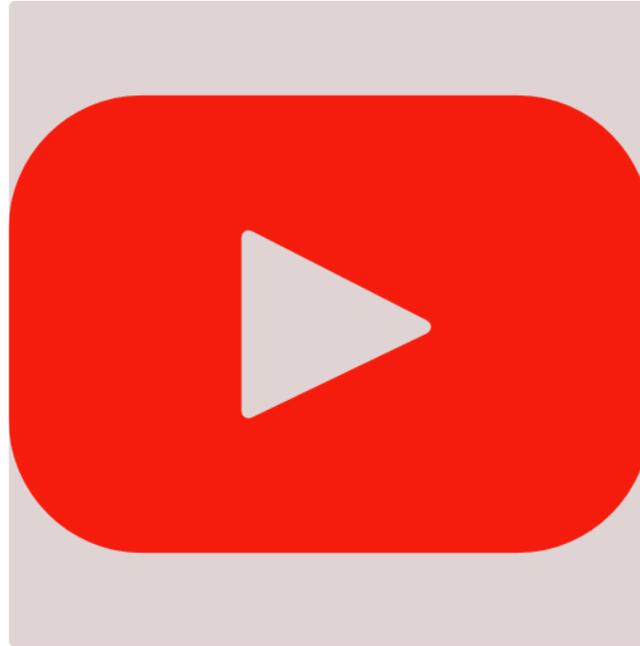


LinkedIn

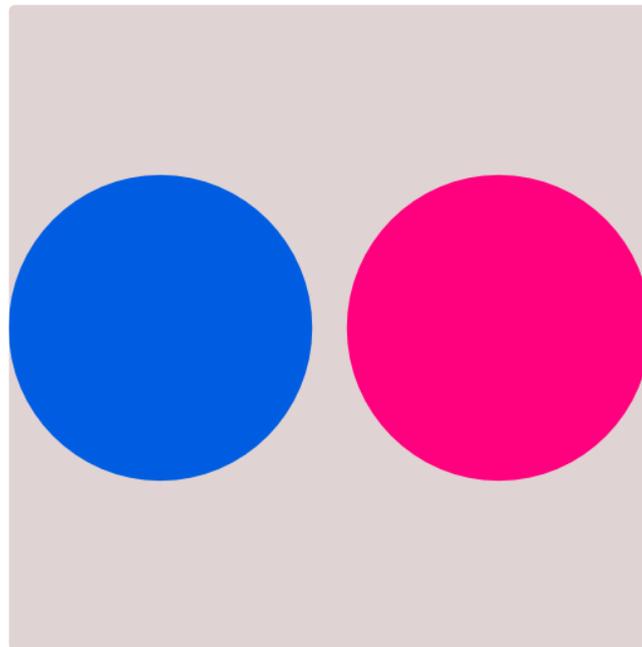
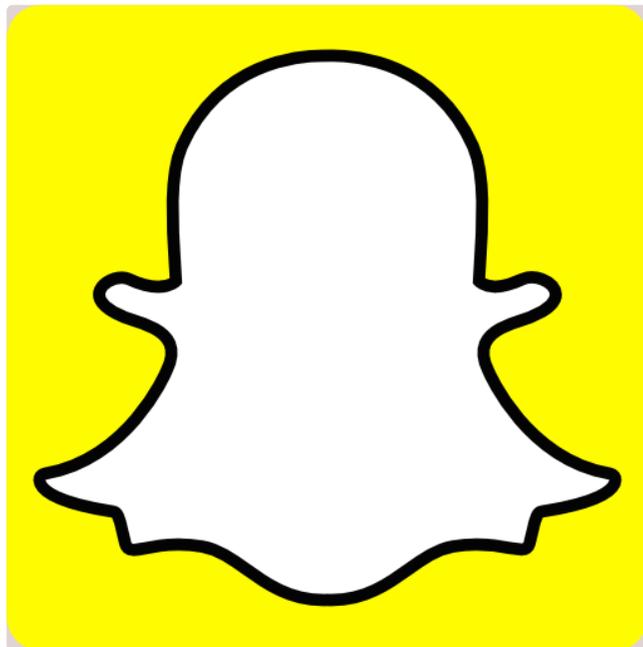
2002
Mountain View,
California
Appartient à Microsoft
Réseau professionnel
Publication de cv
Recrutement
Rachète Slideshare et
Lynda.com s'oriente
vers la formation
Website et app
Groupes
Hashtags
Messagerie interne
Endorsement
Skills

The screenshot displays the LinkedIn homepage interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, My Network (with a notification badge), Jobs, Messaging (with a notification badge), Notifications (with a notification badge), and Me. A search bar is located on the left side of the navigation bar. Below the navigation bar, the main content area is divided into three columns. The left column features the profile of Fabrice Darrigrand, an eLearning Specialist / Digital Learning Manager / Instructional Designer. It includes a profile picture, a header with his name and title, and statistics for profile views (25) and post views (113). Below this, there are sections for 'Recent' (Articulate Storyline, E-Learning 2.0, LMS and e-learning, Sydologie - Innovation & Pé...), 'Groups' (Articulate Storyline, E-Learning 2.0, LMS and e-learning), and 'Followed Hashtags' (# elearning). The middle column shows a post by Stephane Leforestier, a 'Libérateur de talents', who posted 1 week ago. The post text reads: 'Un grand merci à Hervé Morin, président de la Région #NORMANDIE, pour sa visite surprise et ses encouragements pendant le #feno à Caen aujourd'hui.' Below the text is a photo of two men at a booth. The right column contains a 'Add to your feed' section with recommendations for 'Normandie Attractivité', 'Sophie BOLLORE', and 'ADNormandie, Agence de Développement pour la Normandie'. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'About', 'Help Center', 'Privacy & Terms', 'Advertising', 'Business Services', 'Get the LinkedIn app', and 'More', along with the LinkedIn logo and copyright information for 2019.

**De quel RS est-ce le logo
?**







CARTOGRAPHIE DES RÉSEAUX SOCIAUX - JANVIER 2015

	f	p	v	t	i	Y	t	g+
CE QU'IL FAUT SAVOIR	2 ^{ÈME} SITE LE PLUS VISITÉ AU MONDE	«TABLEAU DE LIÈGES» ÉPINGER SES FAVORIS SUR UN TABLEAU	APPLICATION MOBILE DÉTENU PAR TWITTER. COURTES VIDÉOS HUMORISTIQUES	# RÉSEAU SOCIAL DE MICRO BLOGGAGE 140 CARACTÈRES MAXIMUM	APPLICATION MOBILE PARTAGE DE PHOTOS PERSONNALISATION AVEC DES FILTRES PRÉDÉFINIS	2 ^{ÈME} MOTEUR DE RECHERCHE LE PLUS POPULAIRE 6 MILLIARDS D'INTERACTIONS PAR MOIS	PLATEFORME DE MICROBLOGAGE FONDÉE EN 2007 RACHETÉE PAR YAHOO EN 2013	QUESTIONNEMENT SUR L'INTERET DU RESEAU SOCIAL UTILISE SURTOUT POUR LE DÉVELOPPEMENT
QUI ?	TOUT LE MONDE	37% ONT ENTRE 25 ET 34 ANS 67% M	JEUNES BEAUCOUP DE CRÉATIFS	FANS MARQUES STARS ET CÉLÉBRITÉS PROFESSIONNELS ET EXPERTS DANS LEUR DOMAINE	76% DES UTILISATEURS D'INSTAGRAM SONT LES 16 - 34 ANS DE PLUS EN PLUS GRAND PUBLIC	TOUT LE MONDE EN PARTICULIER LA GÉNÉRATION Y	54% DES MEMBRES SONT DES FEMMES LES DEUX-TIERS ONT MOINS DE 35 ANS	UTILE POUR TOUT L'ÉCOSYSTÈME GOOGLE DONC FINALEMENT... À PEU PRÈS TOUT LE MONDE
COMBIEN ?	+1 MILLIARD	70 MILLIONS D'ÉPINGLEURS DANS LE MONDE 1 MILLION EN FRANCE	40 MILLIONS	2.3 MILLIONS DE TWITTER EN FRANCE SUR 284 MILLIONS DANS LE MONDE	300 MILLIONS	+1 MILLIARD	+110 MILLIARDS DE BLOGS 43 MILLIONS D'UTILISATEURS ACTIFS PAR MOIS	UTILISATEURS MENSUELS ACTIFS : 540M
UTILISATEUR	PARTAGER UN STATUT, UNE PHOTO OU UNE VIDÉO SUR SON RÉSEAU D'ACTUALITÉ. GARDER CONTACT AVEC SES AMIS OU SA FAMILLE.	IMPORTANT SOURCE D'INSPIRATION DÉCOUVRIR DES NOUVELLES CHOSSES ET DES NOUVEAUX PRODUITS	UTILISATEURS PRINCIPALEMENT PASSIF QUI CONSOMMENT CE QU'ILS VOIENT	SUIVRE DES CÉLÉBRITÉS FAIRE PARTIE D'UNE COMMUNAUTÉ FAIRE DE LA VEILLE	PRÉSENTER SA VIE DE MANIÈRE PLUS OU MOINS ARTISTIQUE : SUIVRE, REPAS, PÂTISSERIES, MODE, VOYAGES, ÉVÉNEMENTS MAJEURS...	MISE EN LIGNE ET PRINCIPALEMENT VISIONNAGE DES VIDÉOS	CRÉER UN ESPACE PERSONNALISÉ & METTRE EN AVANT SES COUPS DE CŒUR	METTRE EN AVANT SON ENTREPRISE OU SA CARRIÈRE OCCASIONNELLEMENT POUR SUIVRE DU GRAND CONTENU
MARQUES	FÉDÉRER SA COMMUNAUTÉ ET COMMUNIQUER AU PRÈS DE SES FANS	CRÉER UN UNIVERS AUTOUR DE LA MARQUE FAIRE DU CROWDSOURCING PROPOSER SES CONCOURES	CRÉER UNE VÉRITABLE ÉMOTION EN 60 SECONDES SUR LA VIRALITÉ DU RÉSEAU ET DE CRÉER LE BUZZ	FAQ / SAV PROXIMITÉ AVEC LES FANS REACTIONS EN DIRECT	VISUELS DE HAUTE QUALITÉ POUR METTRE EN AVANT L'IMAGE DE MARQUE ET LES PRODUITS.	MISE EN LIGNE DES PUBLICITÉS TV ET DE CAMPAGNES WEB	ILLUSTRE UNE PROMESSE DE MARQUE APPUYER UNE CAMPAGNE ÉVÉNEMENTIELLE	PRINCIPALEMENT POUR LE RÉFÈREMENT ÉTAT ÉVALUÉ EN STARS UTILISÉ POUR INTERVENIR DU CONTENU
TYPE DE CONTENU	VIDÉO, PHOTO, STATUT, LIEN	UNIFORMITÉ EN DIMENSION VERTICALE INFOGRAPHIES LIFE-STYLE MOOD - DÉCO ARCHITECTURE DESIGN	VIDÉOS DE 6S MAX	MESSAGES DE 140 CARACTÈRES MAXIMUM	PHOTO, VIDÉO	VIDÉO	GIF	LIEN
MÉDIA PAYANT ?	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓
MESURE DE PERFORMANCE	CTR: CLIQUE SUR LE NOMBRE D'IMPRESSION DE LA CAMPAGNE CPF: NOMBRE DE FANS À SUIVRE CPÉ: ENGAGEMENT	PINTEREST ANALYTICS	NOMBRE DE LIKE RE-VINE BOUCLE	TWITTER ANALYTICS RE-TWEET FOLLOWERS	«LIKES» COMMENTAIRES ABONNÉS	NOMBRE DE VUES	NOMBRE DE RE-BLOG COUPS DE COEUR	CLICS COMMENTAIRES «+1»

LICENCE PROFESSIONNELLE MÉTIERS DU MÉDIAPLANNING 2015 - MMI BORDEAUX



Comment les catégoriser?

Utilisations ? Utilisateurs ? Fonctionnalités ?
Plateforme ? Quels sont les grands types de RS
?

Publier

Partager

Discuter

Débattre

Collaborer

Réseauter

Social Media Landscape 2017



Qui sont les utilisateurs?

Qui utilise le plus les réseaux sociaux ?
 Hommes ou femme ?
 Ville ou province ?
 Jeunes ou vieux ?
 Niveau d'étude ?
 Cadre ou ouvrier ?
 Ordinateur ou smartphone ?

3 milliards de socionautes en 2018 (monde)
 1/3 du temps passé en ligne

En France
 +2 millions en 2017
 73% ne font pas confiance
 82 minutes par jour (2017)

Paris = 65%
 Commune Rurale = 57%
 20 000 > 100 000 = 53%
 > 100 000 = 63%

Pourquoi faire ?

1. entretenir contact avec proches 91%

QUI SONT LES SOCIONAUTES FRANÇAIS ?

(2018)

59% des français sont sur les réseaux sociaux

38 millions de socionautes

60% des femmes

59% des hommes

61% smartphone

29% ordinateur

8% tablette

73% 73% des socionautes français disent ne pas avoir confiance dans les infos relayées sur les réseaux sociaux

Les socionautes selon l'âge

Tranche d'âge	Pourcentage
12-17	84%
18-24	96%
25-39	82%
40-59	58%
60-69	35%
+70	13%

42 ans
Moyenne d'âge du socionaute français

2,6
Ils sont actifs sur 2,6 plateformes

Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn

Niveau d'études et profession

67% des français diplômés du supérieur sont socionautes

VS 29% des non diplômés

cadres et professions intellectuelles **70%**
ouvriers **67%**
retraités **23%**

Leurs réseaux sociaux préférés
visiteurs uniques par mois (en millions)*

Facebook	40,8 millions
YouTube	37,3
Twitter	20,6
Instagram	19,6
LinkedIn	16

* Il s'agit de visiteurs uniques (personnes qui consultent les RS sans avoir de compte enregistré) et non pas d'utilisateurs actifs (comptes enregistrés)

Connectés et accros

57% 57% se rendent tous les jours sur les réseaux sociaux

Les français consacrent en moyenne, 1 heure et 22 minutes par jour aux réseaux sociaux **1H22**

48% Consulter les réseaux sociaux c'est le premier geste du matin pour 48% des 18-34 ans

SOURCES
 - Credoc - Enquêtes sur les «conditions de vie et les Aspirations»
 - Données issues du baromètre Numérique 2017 - Arcep | CGE et Agence du numérique
 - Mediametrie /NetRatings - Audience Internet Global - France - septembre 2017
 - Social Life - Harris interactive - Baromètre 2017 | - Le digital en France en 2018 - Baromètre We Are Social et Hootsuite

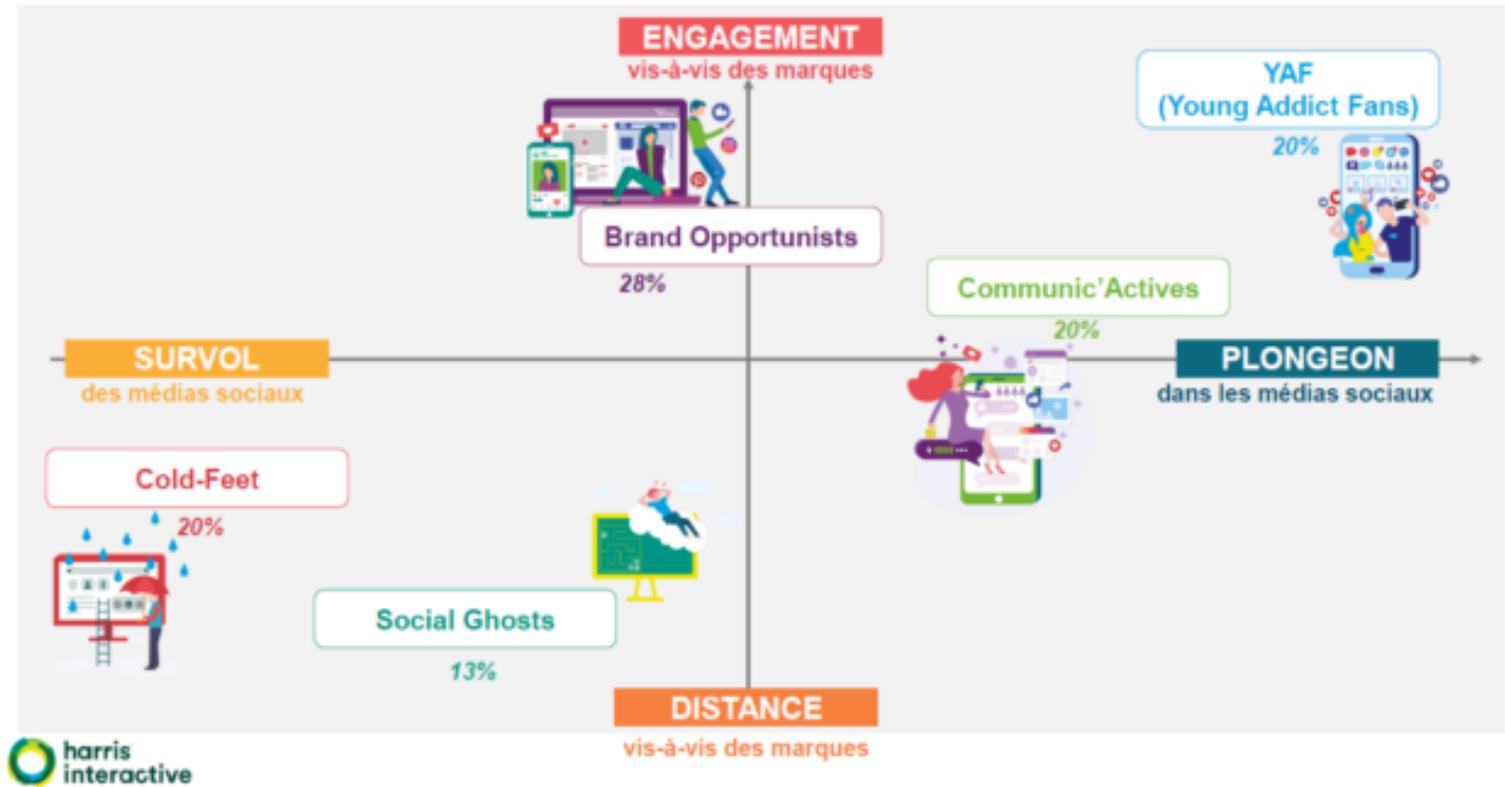
LK CONSEIL ● www.lkconseil.fr ● @lkconseil

2. se divertir 82%
3. partager photos et vidéos 79%
4. s'informer actu 71%
5. faire de nouvelles rencontres 25%

[http://www.lkconseil.fr/
reseaux-sociaux-
portrait-robot-du-
socionaute-en-2018/](http://www.lkconseil.fr/reseaux-sociaux-portrait-robot-du-socionaute-en-2018/)

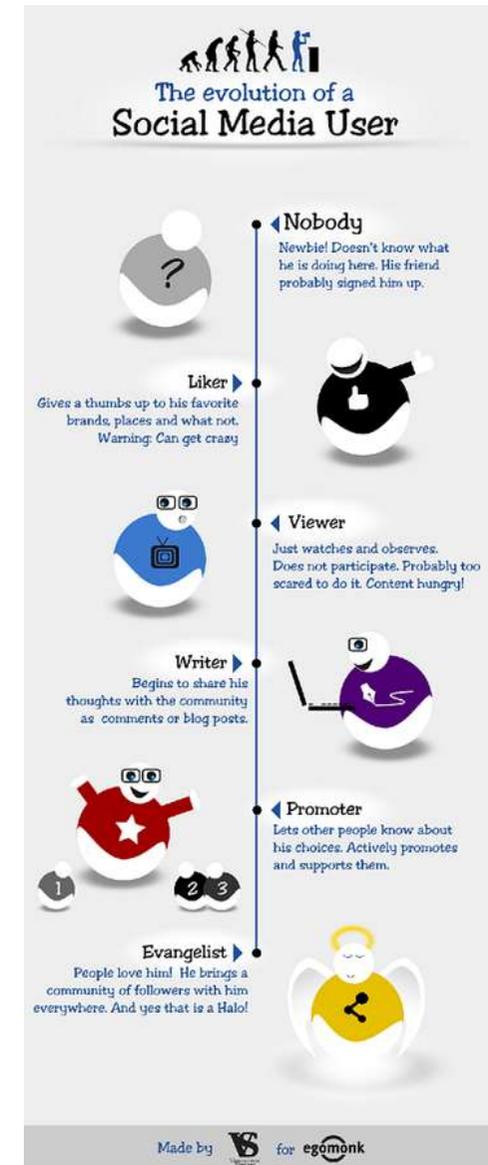
Profils types d'utilisateurs

La nouveauté 2019 : les Social Personae



Différents niveaux d'implications sur les RS.

1. Quidam, touriste, pas d'implication
2. Liker : identifie ses endroits et marques favorites
3. Spectateur : se contente de consulter sans prendre part
4. Contributeur : rédige des posts et partage avec la communauté
5. Supporter : parle de ses choix, s'implique et fait la promotion d'autres acteurs
6. Influenceur : a une communauté d'abonnés fidèles.



Quels utilisations fait-on des RS ?

Essayez de dresser une liste et de catégoriser les utilisations.

Le périmètre Social Life



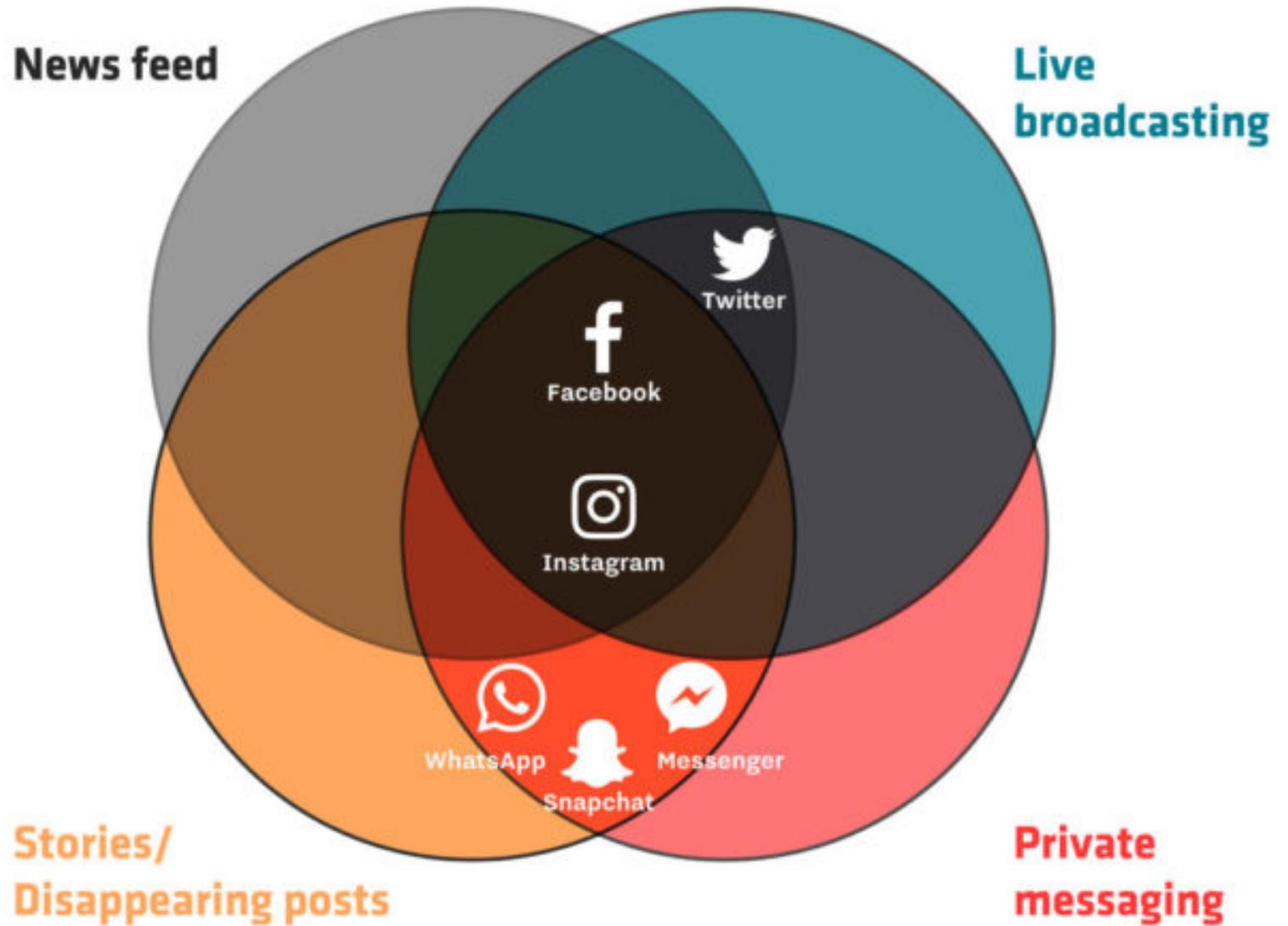
Des utilisations qui se recoupent

Copy cats

In an effort to “innovate,” a lot of social media apps are beginning to look the same.

- Source d'information
- diffusion en direct
- stories et posts éphémères
- messagerie privée

Des apps qui se ressemblent de plus en plus



Source: Recode reporting

recode

Tendances et fantasmes

Social cooling

Disparition du texte : stories, live...

Triomphe de la messagerie

Paradoxe : défiance et forte utilisation

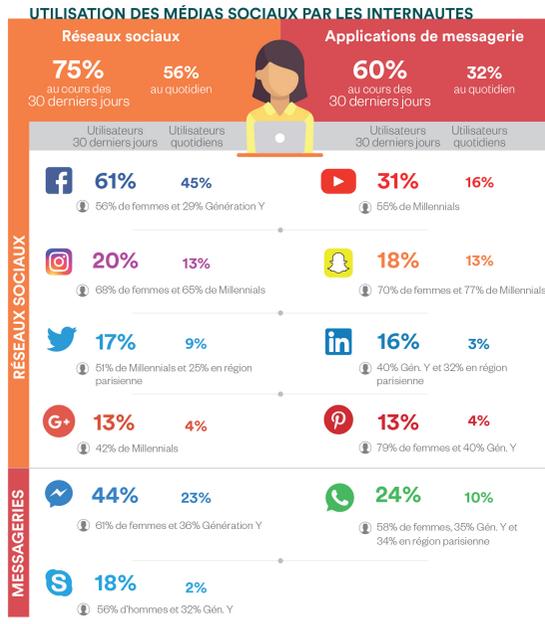
Pouvoir des influenceurs - micro vs macro

<https://harris-interactive.fr/press/social-life-2018-seisme-ou-simple-secousse/>



Social Life 2018 - Séisme ou simple secousse ?

MAU, DAU des principaux réseaux en 2018
 Percée des messageries pour le rapport aux marques
 Fear of missing out
 Place des influenceurs
 Rise of the chatbot



1 Socionaute Millennial sur **2** se déclare atteint du syndrome du **Fear Of Missing Out***



* Pour de passer à côté de quelque chose en ne consultant pas les réseaux sociaux pendant un certain temps



Les **messageries sociales** deviennent un moyen clé pour contacter une marque ou une entreprise : **34%** des utilisateurs l'ont déjà fait



Millennials = 15-35 ans et Génération Y = 21-35 ans
 Etude Harris Interactive réalisée en février 2018 auprès de 2 138 internautes français âgés de 15 ans et plus.

Quels sont les dangers des réseaux sociaux ?

Personnel, psychologique, social,
physiologique, économique, juridique,
environnemental... faites une liste.

Addiction
Estime de soi
Isolement
Fragmentation de l'attention
Perte de temps
Perte de sens
Sédentarité
Culte de l'égo
Perception déformée de la réalité
Usurpation d'identité
Cyberharcèlement
Impact économique
Monopole
Exploitations des données
Exposition à la publicité
Traces indélébiles
Impact écologique

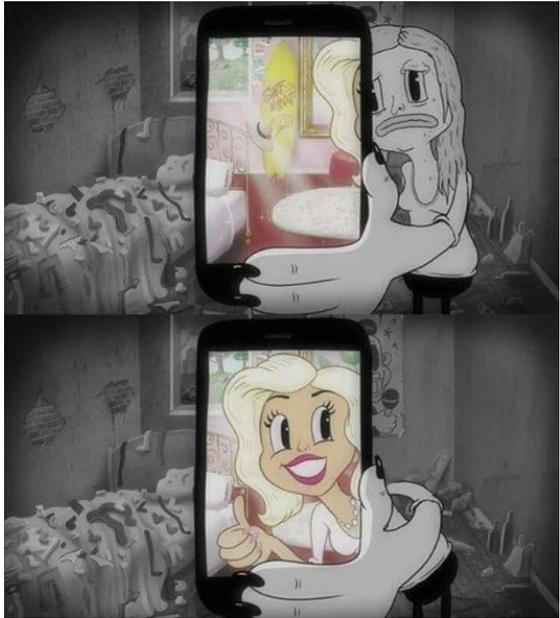
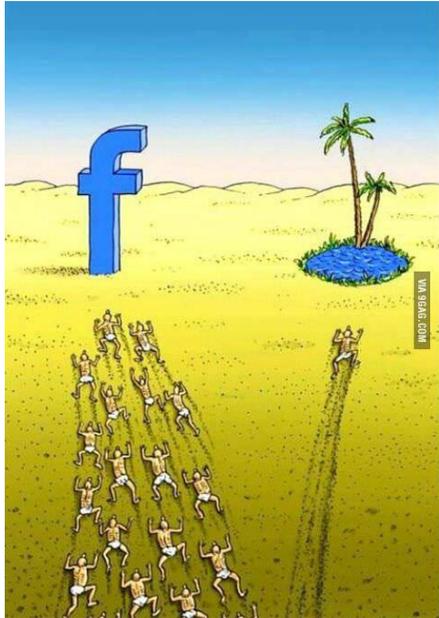
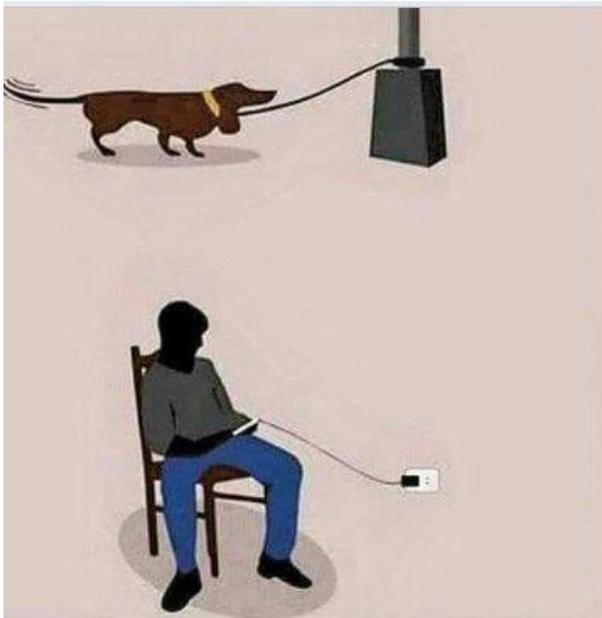


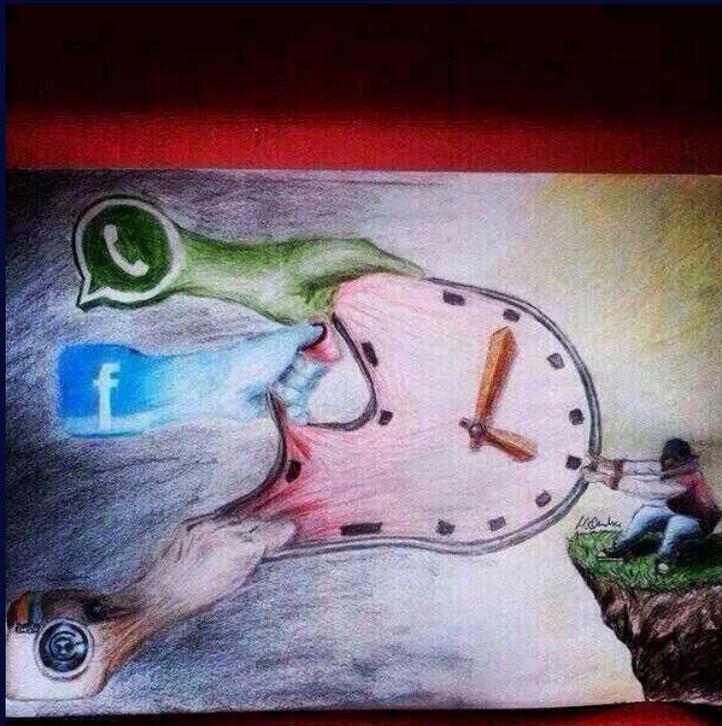
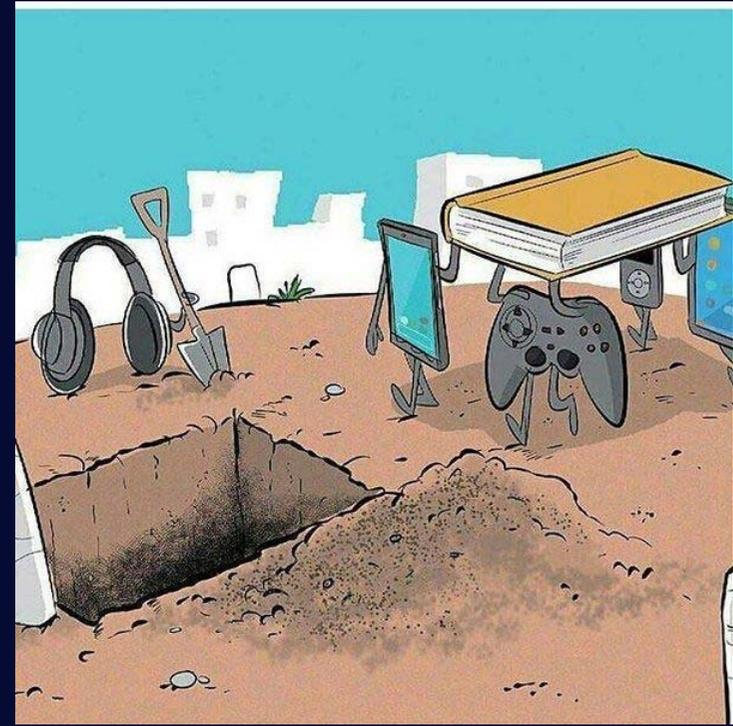
20TH CENTURY INNER CHILD

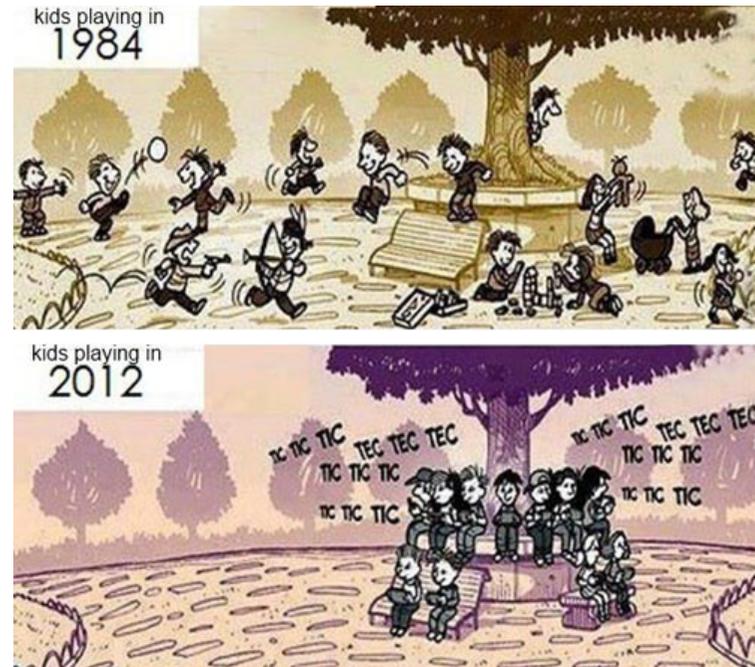
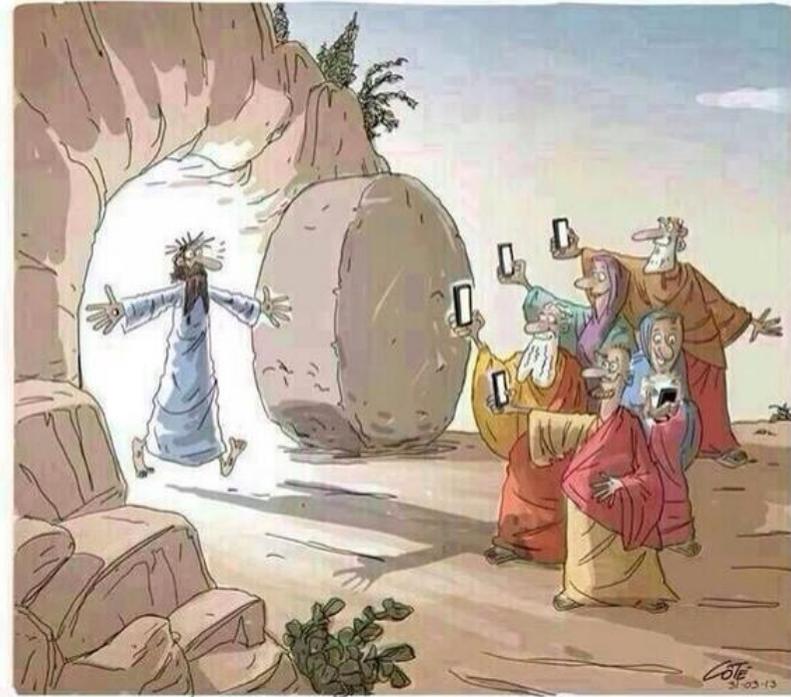
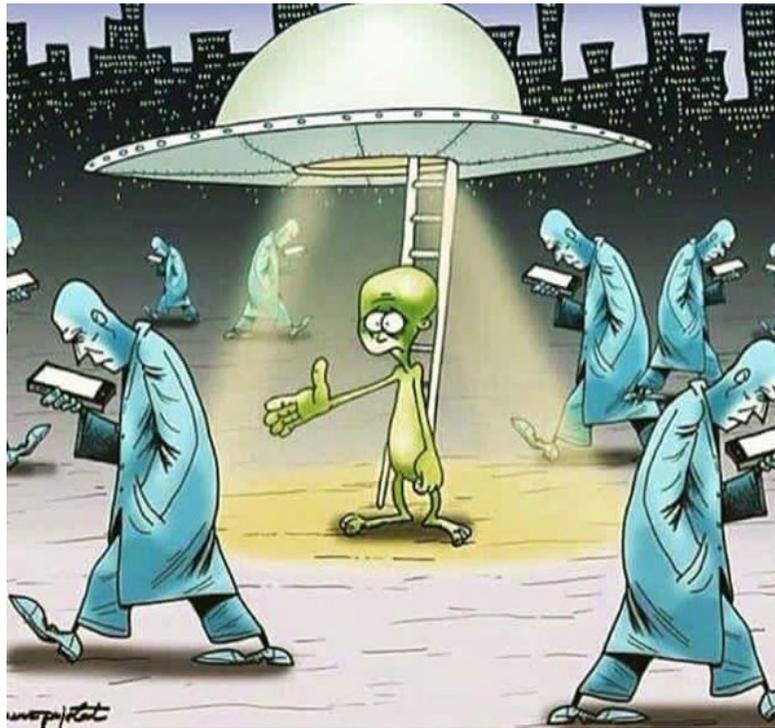


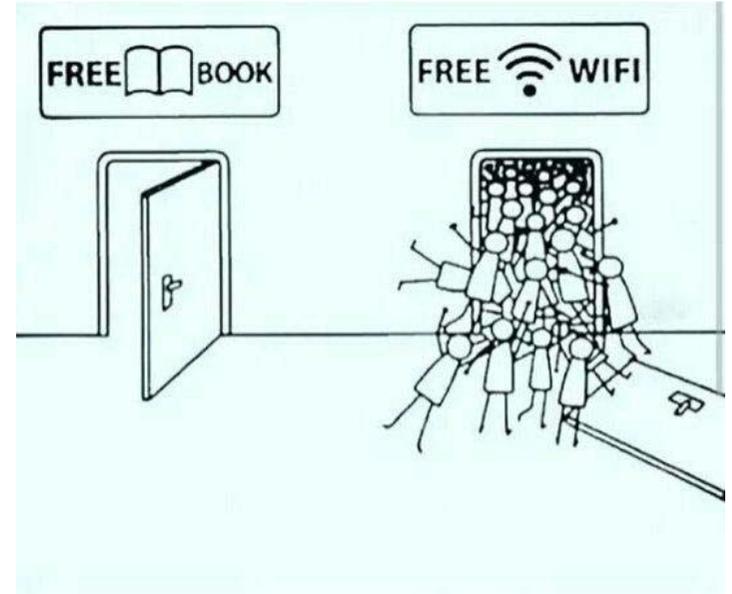
21ST CENTURY INNER CHILD



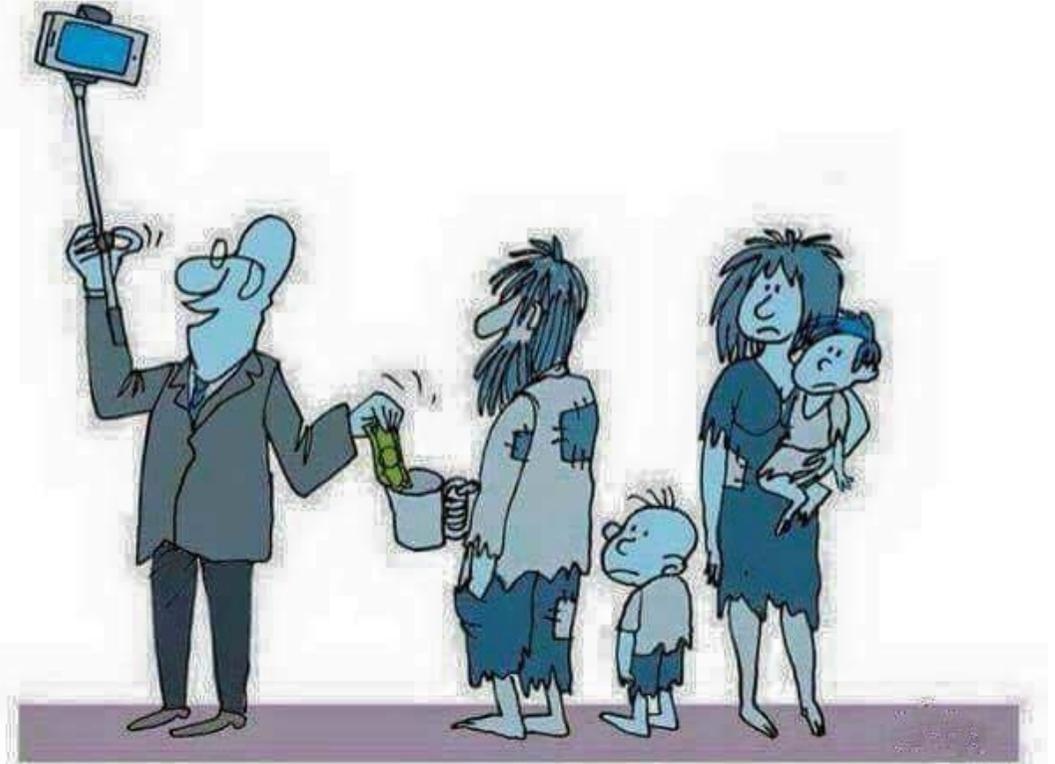
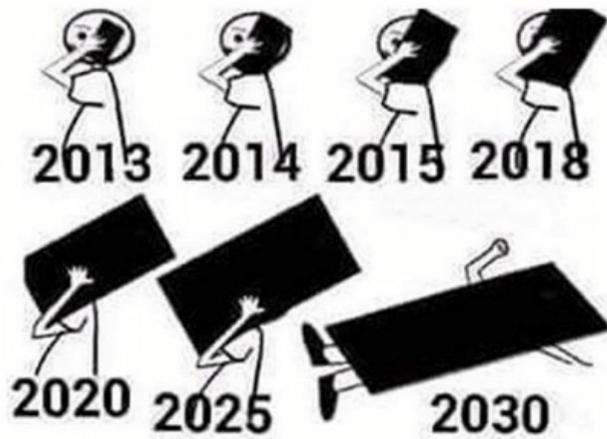








Evolution of phone size



15 Years Ago



Sigh! Letters



Ding, You've Got Mail

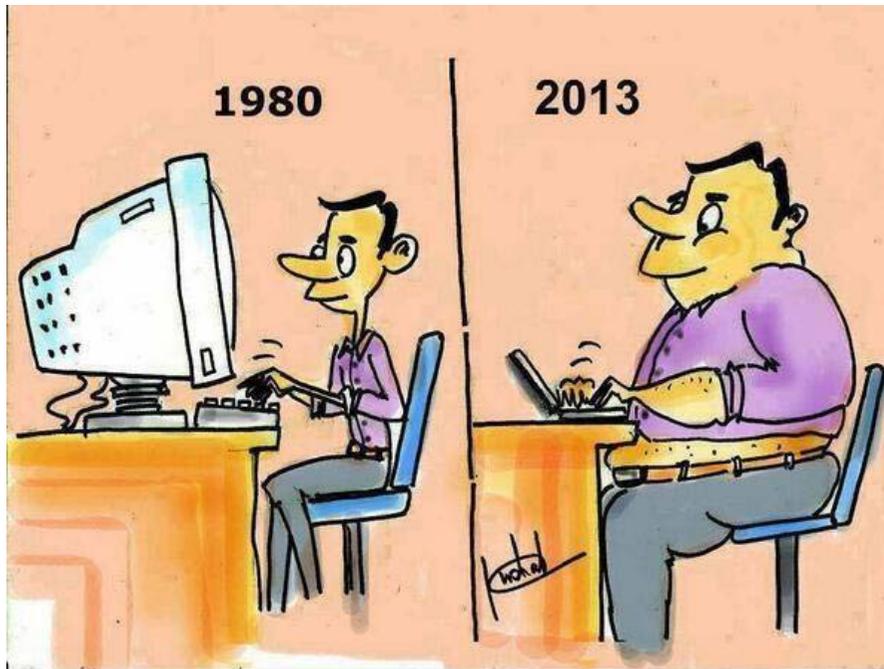
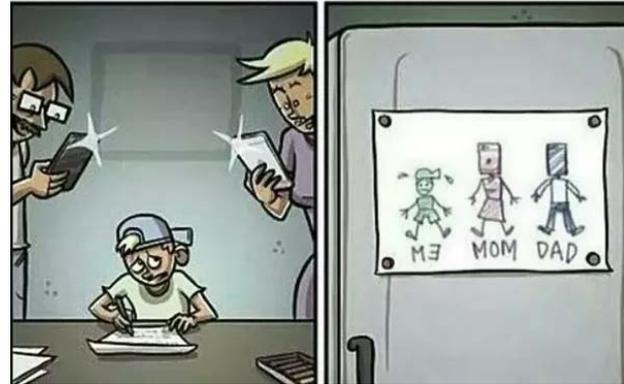
Today

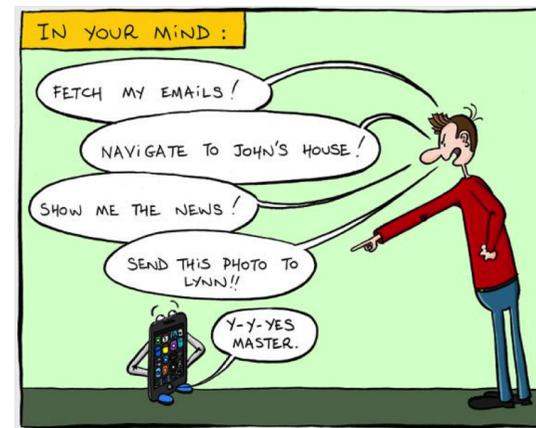
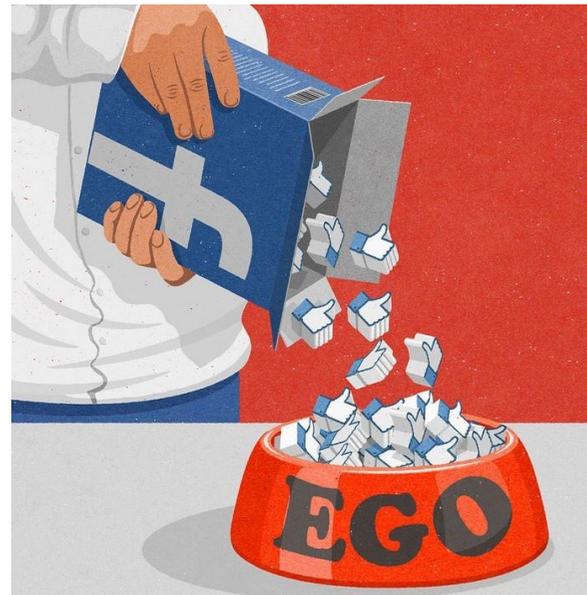


220 Unread Emails



OMG! A Letter



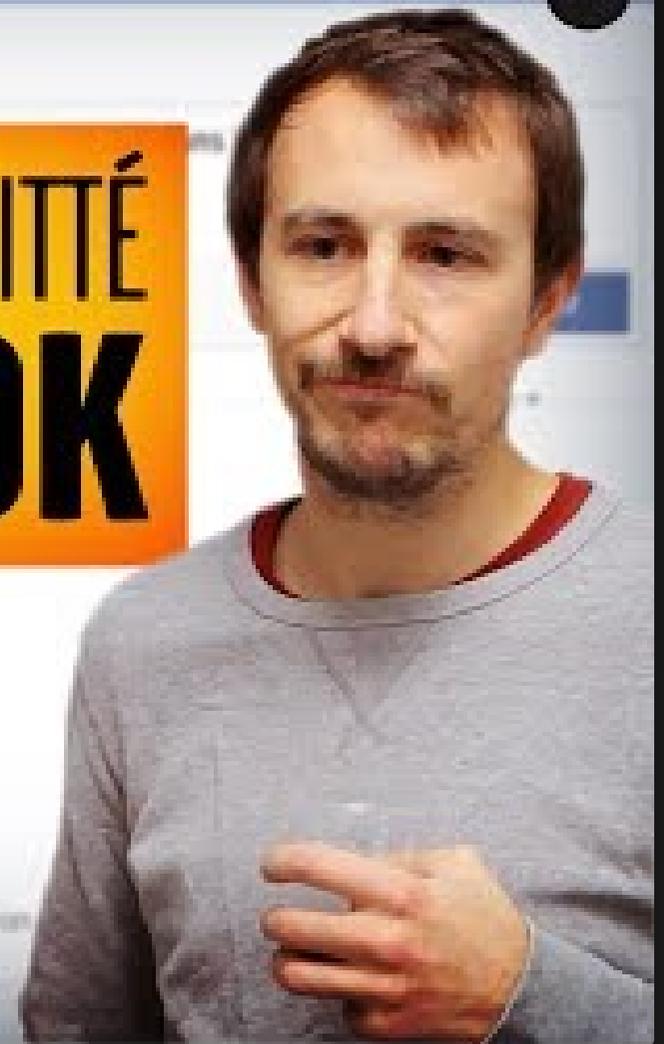


facebook

Recherchez des personnes, des lieux ou d'autres choses

Statut Photos/vidéos

POURQUOI J'AI QUITTÉ FACEBOOK



Liker Commenter Partager



THE INNOVATION OF LONELINESS





life before facebook



" Look up " : la technophobie primaire fait du bien aux internautes

L'OBS

Ce truc que l'on aime bien critiquer...

Quelles sont les opportunités que présentent les réseaux sociaux ?

Et vous que souhaitez-vous faire avec les RS ?

Typologie des médias sociaux

Types de réseaux sociaux	Description	Exemples	Principales caractéristiques
Réseaux sociaux de masse	Réseaux de personnes connectés par des systèmes d'amis, de fans.	<ul style="list-style-type: none"> Facebook Google + Myspace LinkedIn Foursquare 	Réseau de personnes Partage de contenu Divertissement et exploration
Agrégateur social (Social News)	Sites de contenus dont la une et les contenus importants sont choisis par la communauté	<ul style="list-style-type: none"> Digg Reddit Scoopéo Fuzz Wikio TapeMoi 	Actualités percutantes et divertissantes Offrent des systèmes de réseaux d'amis
Marque-page social (Social bookmarking)	Sites qui stockent, organisent, identifient, gèrent et cherchent les marque-pages (bookmarks)	<ul style="list-style-type: none"> Delicious Diigo Stumbleupon Pearltrees 	Donnent de la signification aux marque-pages par les tags et les commentaires
Media sociaux et partage de contenus	Sites qui permettent la publication de contenus générés (vidéos, photos, etc) par les utilisateurs	<ul style="list-style-type: none"> Youtube Dailymotion Flickr 500px Slideshare Wikipedia 	Réagissent à l'actualité en temps réel Canaux aussi important que la TV

Adaptation de : <http://www.cndp.fr/savoirscdi/cdi-outil-pedagogique/reflexion/les-reseaux-sociaux-au-cdi/typologie-des-reseaux-sociaux.html>

2011-10-05



<http://reptic-crla.collanauud.qc.ca/carrefour/>

Typologie des usages pédagogiques des médias sociaux

Usages	Exemple d'activité d'apprentissage	Outils
Réseautage	<ul style="list-style-type: none"> Communauté d'apprentissage Communauté de pratique 	<ul style="list-style-type: none"> Réseau sociaux
Partage de contenu	<ul style="list-style-type: none"> Récit d'expérience Métacognition Défis littéraires 	<ul style="list-style-type: none"> Blogue, Wiki Microblogues
Construction de sens	<ul style="list-style-type: none"> Veille Structuration et organisation de contenu 	<ul style="list-style-type: none"> Site de partage de signets
Production collaborative	<ul style="list-style-type: none"> Projets multimédias Résolution de problème 	<ul style="list-style-type: none"> Site de partage de contenu Base de connaissance collaborative
Interaction	<ul style="list-style-type: none"> « Backchannel » Communication avec des experts Vote 	<ul style="list-style-type: none"> Microblogues Visioconférence Télévotants

2011-10-05



<http://reptic-crla.collanauud.qc.ca/carrefour/>

<http://www.netpublic.fr/2012/03/typologie-des-reseaux-sociaux-et-usages-pedagogiques-des-reseaux-sociaux/>



Greta du Calvados - Agence de Lisieux

FACEBOOK



FACEBOOK

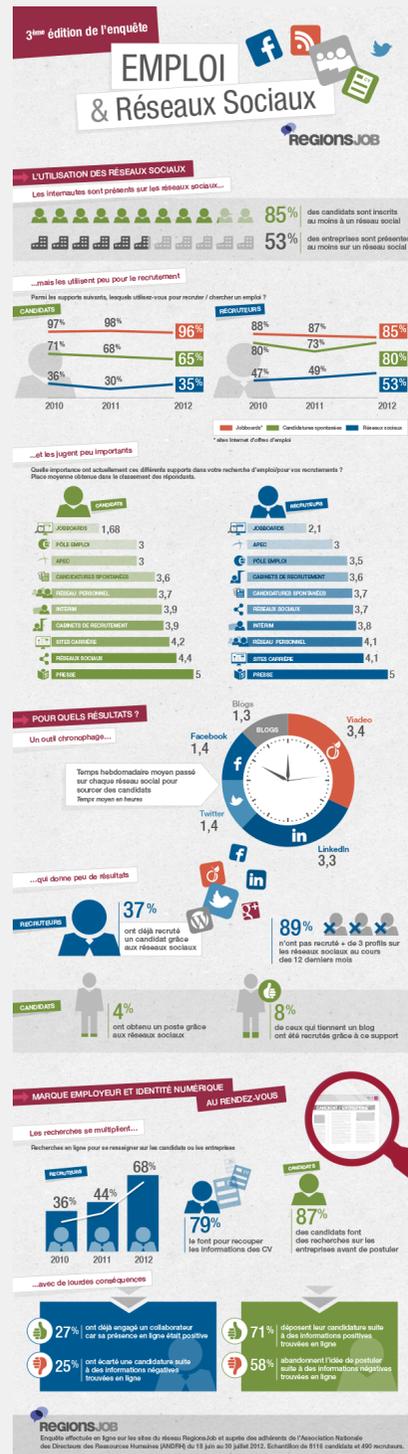
2 exemples d'utilisation dans notre réseau

<https://www.facebook.com/Greta-du-Calvados-Agence-de-Lisieux-392779597518135/>

**Quelles activités peut-on faire
avec les réseaux sociaux ?**

ARCAENTICE

Utiliser les réseaux sociaux pour recruter ou postuler



**Quels sont les principes
à respecter pour une
bonne utilisation ?**

Community Manager : un métier, des techniques, des outils
Sécurité : gérer son identité numérique, choix des mots de passe, sphère privée / sphère publique
Respect, bienveillance
Anonymat
Engagement
Gamification
Privilégier les illustrations image/vidéo



Linus Torvalds recommande la fin de l'anonymat sur internet et compare les réseaux sociaux à une...

PRESSE-CITRON



Les contenus privilégiés par les community managers pour générer de l'engagement - BDM

BDM

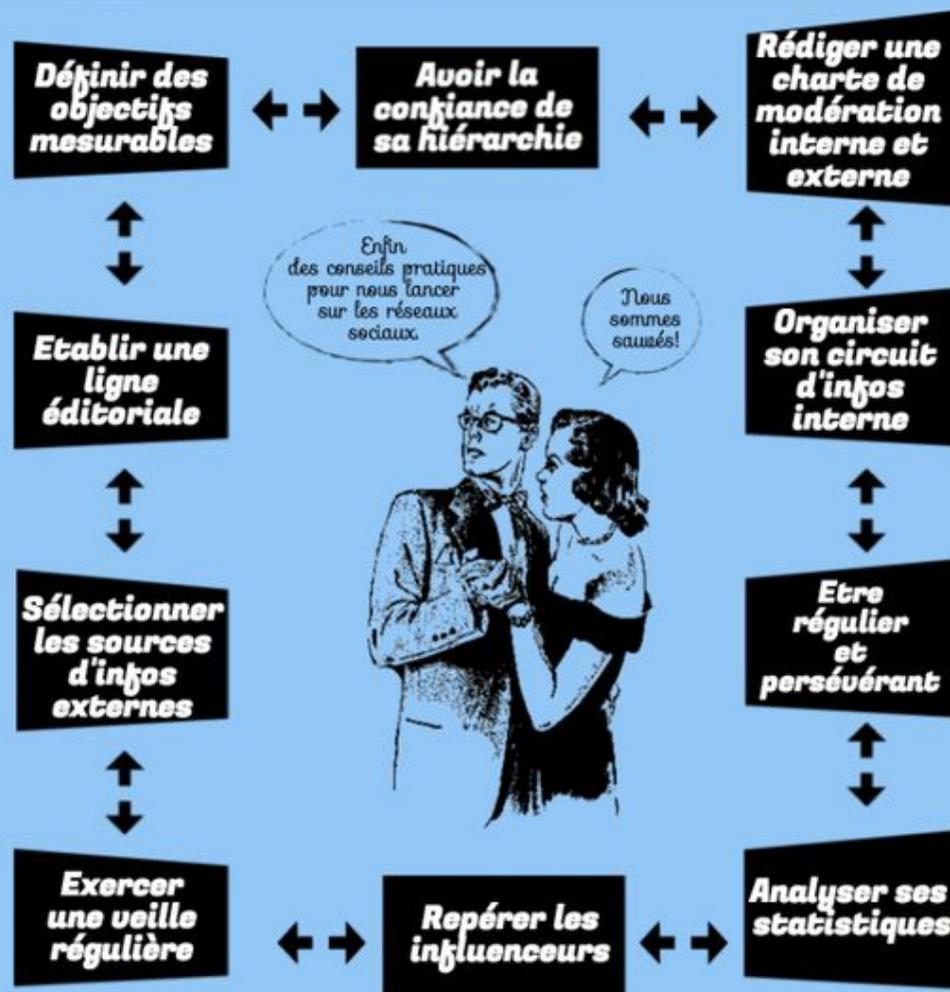
Réseaux sociaux

STRATÉGIE

en collectivité territoriale



10 conseils pour se lancer



7 ERREURS

À ÉVITER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Rédigez un post dans la communauté whaller

Commentez ou réagissez au post des autres

Community manager

1. Quelles sont les caractéristiques d'un bon post ?
2. Que fait le community manager pour engager son public ?
3. Quelles stratégies ? Qu'est-ce qui marche ? Qu'est-ce qui ne marche pas ?



Edouard, Community manager



Le métier de Community Manager

Le marketing de contenu

Des techniques pour promouvoir sa marque, son produit.

Contenus web, blog et réseaux sociaux : comment bien communiquer pour fidéliser votre public ?

Le content marketing expliqué avec des carottes et des lapins

Qu'est-ce que le marketing de contenu ?

Donc :

- Si vous êtes une entreprise publique régulièrement présente en la matière.
- Si vous êtes une entreprise publique régulièrement présente en la matière.

Car :

- Si vous êtes une entreprise publique régulièrement présente en la matière.
- Si vous êtes une entreprise publique régulièrement présente en la matière.

Aussi parce que :

- Sur les moteurs de recherche : la recherche fonctionne les meilleures carottes de l'univers.
- Sur le blog, la rédaction est optimisée pour le web.

Aussi parce que sur les réseaux sociaux :

- Les carottes sont récupérées par les contenus diffusés concernant les carottes.
- L'entreprise diffuse des contenus.

Aussi parce que :

- D'autres blogs relatent les contenus de qualité (et ce passage).
- Sur son blog, l'entreprise diffuse des contenus.

Conclusion :

Les bénéfices pour l'entreprise :

- Des contenus remarquables.
- En 1 phrase : Vos contenus web, ce n'est pas de la publicité intrusive, c'est un marketing utile pour vos lecteurs.

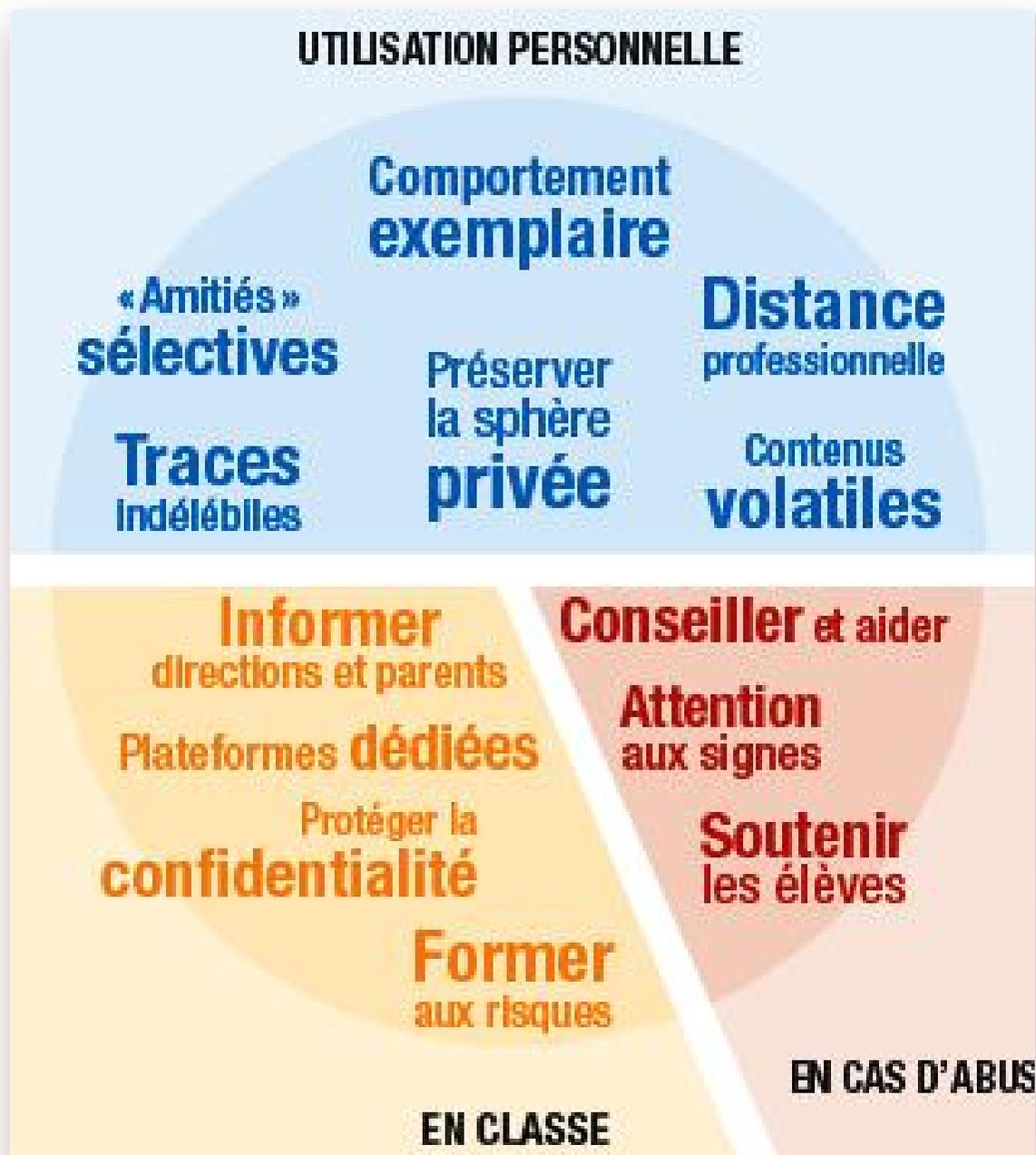
Merci qui ?

- Gregory Costa, Consultant Stratégie
- Sébastien Ponsard, Responsable Stratégie

www.gregorycosta.fr

Twitter | LinkedIn | Facebook

Quelques conseils
d'utilisation pour
les enseignants



Des conseils
généraux de la
CNIL pour veiller à
son identité
numérique



10 conseils pour rester net sur le web

CNIL

Boite à outils

Canva

Raccourcisseur d'URL <https://bitly.com/>

Programmateur de publication

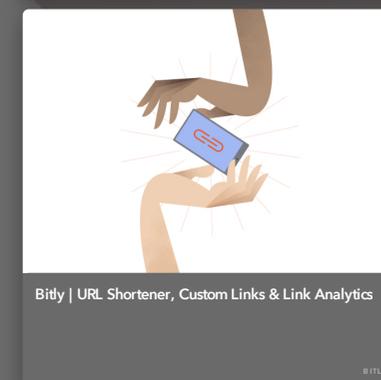
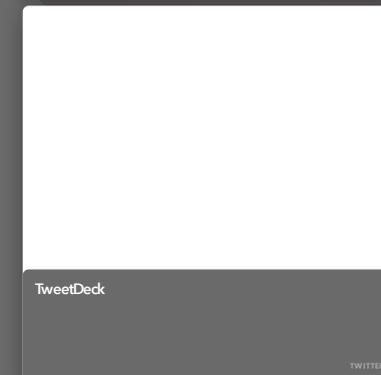
<https://hootsuite.com/> ,

<https://tweetdeck.twitter.com/>

<https://buffer.com/>

Linktree

Chatbot (<https://manychat.com/>)



**Avez-vous tout bien
retenu ?**

Rendez-vous sur
kahoot.it et entrez
le code

Kahoot!

KAHOOT

Lexique

community manager

millenials

generation y

chatbot

messenger

troll

hater

story

fear of missing out

social cooling

live

DM, MP

Snap

Web 2.0

viral

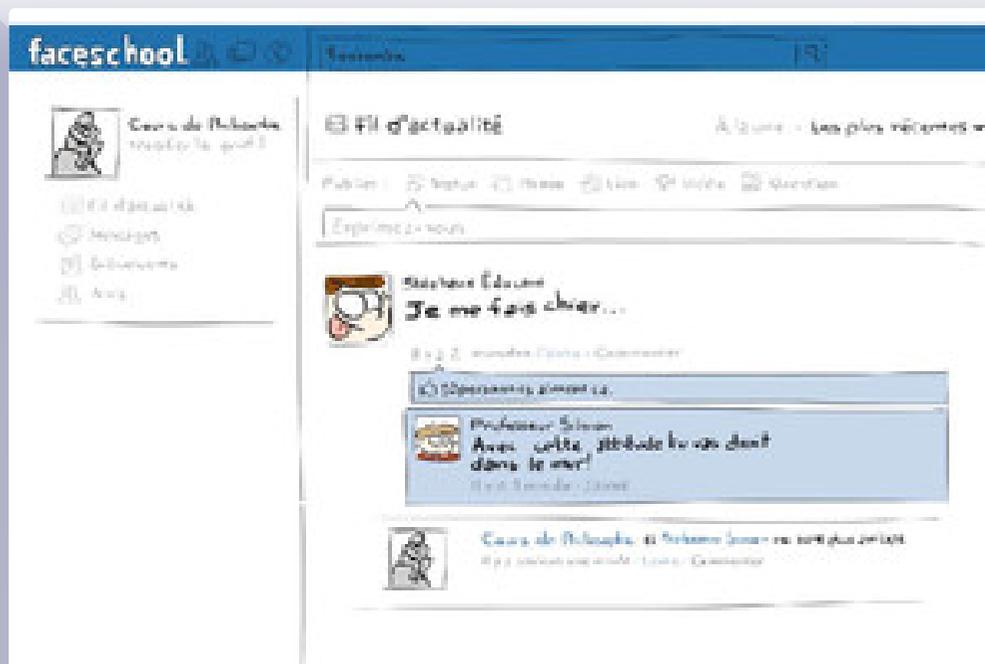
selfie

Sitographie, sites ressources



Réseaux sociaux - BDM

BDM



Les réseaux sociaux au CDI

RESEAU-CANOPE

<https://www.blogdumoderateur.com/reseaux-sociaux/>

<https://www.reseau-canope.fr/savoirscdi/cdi-outil-pedagogique/apprentissage-et-construction-des-savoirs/maitrise-de-linformation/etude-et-travaux-de-recherche/les-reseaux-sociaux-au-cdi.html>