

Séminaire de formation

● ● ● ● ● organisé "by Veille Magazine"

Medias sociaux et analyse d'opinion

Objectifs

Nul ne peut ignorer l'importance prise par les échanges sur les médias sociaux. Aujourd'hui ce sont environ 3 milliards de messages qui circulent quotidiennement, de manière ouverte sur Internet. Rien que sur Twitter, on parle maintenant de plus de 15.000 tweets par seconde ...

Cette « conversation Internet », qui continue à grossir de façon constante, devient incontournable parce qu'elle véhicule toutes sortes d'opinions, d'images, d'avis ou de commentaires qui touchent les entreprises, les marques, les personnes. Ce séminaire s'adresse à des professionnels de la communication et du marketing, mais aussi à ceux qui viennent de la veille ou de l'information-documentation. Il concerne bien sûr aussi les directions générales.

L'objectif du séminaire est très concret et pratique. Il doit permettre aux participants d'appréhender les enjeux, les risques et les bénéfices possibles liés aux nouveaux usages et nouveaux environnements créés par l'omniprésence des médias sociaux. Un accent particulier est mis sur les méthodes et outils à mettre en place, avec des exemples pratiques, permettant d'en percevoir l'utilité, voire la nécessité, mais aussi les limites et les pièges à éviter.



A qui s'adresse ce séminaire :

Directeurs Communication
Directeurs Marketing
Directeurs Internet et e-business
Responsables de Stratégie Digitale
Responsable Veille
Chefs de marché
Documentaliste Multimedia
Responsables de Marque
Community Managers
Web Managers
Responsables Communautés 2.0
Directeurs Relations Publiques
Chef de projet multimédia
Competitive Intelligence Managers
Responsables Web Social
Directeurs Relation Clients
Directeurs Commerciaux

Programme

- **Réputation, image et notoriété : un nouveau paysage**
 - Réputation et notoriété
 - Les principaux médias
 - Typologie des Réseaux Sociaux
 - Etudes sur le comportement des utilisateurs
- **Enjeux et opportunités**
 - Les risques, les bénéfices
 - Les parades, les actions possibles
- **Social Media Monitoring : méthodes et outils**
 - Le « sourcing », l'analyse, la présentation des résultats
 - Engagement. Efficacité.
- **Démonstration, utilisation d'une plateforme**
- **Analyse d'opinion, sentiment analysis**
- **ROI, mesure et évaluation**
 - Comment évaluer le ROI
 - Retours d'expérience
- **Debriefing, idées de projets ...**
 - Dialogue avec les participants. Leurs expériences. Leurs idées et projets.

animateur

Bernard Normier

Expert Business Applications of Opinion Mining

Bernard Normier est un spécialiste des technologies de "text mining", discipline à la croisée de l'informatique et de la linguistique qui permet d'analyser automatiquement le contenu des textes. Après avoir mené de nombreux projets dans ce domaine, il s'est ensuite spécialisé dans l'application de ces technologies dans le domaine de la veille, de la réputation et de l'analyse d'opinions. Il a créé deux sociétés dans le domaine et est aujourd'hui consultant.

Infos pratiques

- Jeudi 21 février 2013
- Paris, Hotel California****, 16 rue de Berri, 75008 Paris
- Métro : Champs-Élysées
- Tarif : 750 euros HT (Déjeuner & pauses)
- Formation agréée au DIF
- Contact : Jacqueline Sala jsala@veillemag.com
- Mobile Pro : 06.43.87.98.86
- www.veillemag.com