



# Smartphone, tablette et géolocalisation

Mise à jour : Fév. 2024

**Durée :** 1 jour - 7 heures

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- 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

## PRÉREQUIS

- Pas de prérequis spécifiques

## PARTICIPANTS

- Tout public
- Toute personne en charge du marketing

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques
- Remise d'un support de cours

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée
- Evaluation des acquis tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de stage à chaque apprenant
- Positionnement préalable oral ou écrit
- Evaluation formative tout au long de la formation
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles

## MOYENS TECHNIQUES EN PRÉSENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard

## MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES À DISTANCE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprises comme en Intra-Entreprise
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré
- Les participants reçoivent une invitation avec un lien de connexion
- Pour toute question avant et pendant le parcours, une assistance technique et pédagogique est à disposition auprès de notre équipe par téléphone au 03 25 80 08 64 ou par mail à [secretariat@feep-entreprises.fr](mailto:secretariat@feep-entreprises.fr)

## ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

## PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité

## ACCESSIBILITÉ

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation. Notre organisme peut vous offrir des possibilités d'adaptation et/ou de compensations spécifiques si elles sont nécessaires à l'amélioration de vos apprentissages

# Programme de formation

## 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