

SOCIAL MEDIA - NETWORKING

www.hittechnologie.com

1^{ère} Edition

SOCIAL MEDIA - NETWORKING

A l'usage des technico-commerciaux et des agents marketing

HIT-TECHNOLOGY SARL U

SOCIAL MEDIA - NETWORKING

COURS et EXERCICES CORRIGES

Formateur en développement applicatif

Enseignant à l'Université de Lomé et dans les Institutions privées (Togo)

Fondateur du Cabinet HIT-TECHNOLOGY SARL U

Alassani AKANATE

a.daviman@gmail.com

Site web : www.hittechnologie.com

E-book : www.services.hittechnologie.com

Tel : (+228) 97 31 77 52 / 93 32 77 18

« L'avenir de l'Homme se trouve dans sa manière de penser »

L'équipe HIT-T

© *Tous droits réservés 2026 HIT-T*

PRIX : 2 000 F CFA

DANS LA MÊME COLLECTION

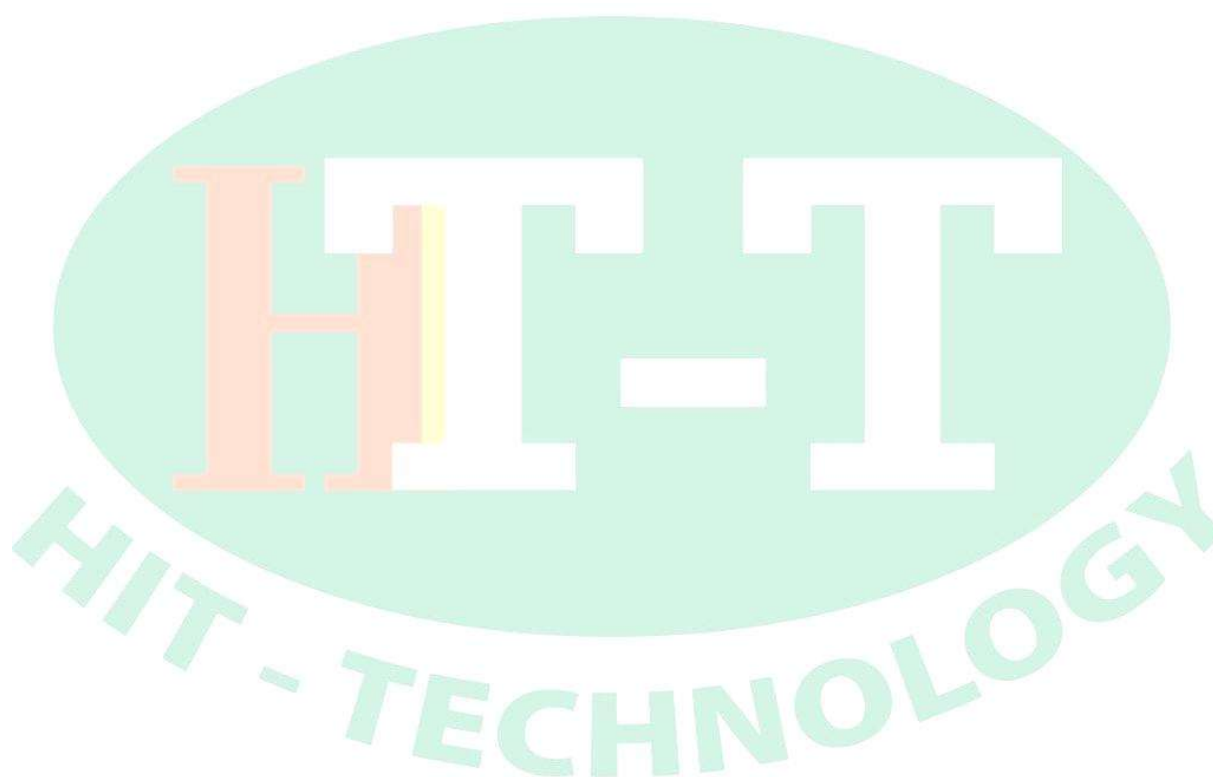
1	ARCHITECTURE ET INTERCONNEXION RESEAU
2	SGBD MySQL ET SQL
3	ANALYSE ET CONCEPTION DES SYSTEMES D'INFORMATION (ACSI) AVEC MERISE
4	SGBD MICROSOFT ACCESS 2010
5	SGBD MICROSOFT EXCEL 2007-2010 (Excel débutant, intermédiaire et avancé)
6	SQL POUR MySQL ET ORACLE
7	SE-OS, CONFIGURATION ET SECURITE
8	SECURITE INFORMATIQUE ET RESEAU
9	INFORMATIQUE ET CONFIGURATION
10	OFFICE 2007-2010 ET INITIATION (Word-Excel-PowerPoint-Publisher)
11	DEVELOPPEMENT DE SITES WEB AVEC LE CMS/SGC JOOMLA ET LES BASES DE DONNEES MySQL
12	P.O.O.: Java SE
13	P.O.O.: C++ et Qt
14	Ecrits Professionnels (EP)
15	Droit Social et de Travail (M. ALASSANI)
16	Economie Générale (M. AMANA)
17	Santé, Sécurité et Hygiène au travail (S. S. H. T.)
18	Tenue de caisse – Facturation
19	Electronique dans l'automobile
20	Climatisation dans l'automobile
21	MS SQL SERVER 2012-2014 et SQL / T-SQL
22	LES TECHNOLOGIES xDSL (Techniques d'accès à l'Internet)
23	MIEUX PARLER ANGLAIS
24	DROIT, NEGOCIATION ET CONTRATS INFORMATIQUES
25	SOCIAL MEDIA – NETWORKING (Marketing digital)

TABLE DES MATIERES

A QUI S'ADRESSE CE LIVRE	5
PREREQUIS	5
POURQUOI CE LIVRE ?.....	5
OBJECTIFS SPECIFIQUES DE CE LIVRE.....	5
A PROPOS	5
INTRODUCTION GENERALE.....	6
CHAPITRE I : SITE WEB, HEBERGEMENT ET ACHAT DE NOM DE DOMAINE (Outils web marketing)	7
INTRODUCTION.....	8
1. HEBERGER SON SITE WEB ET ACHETER UN NOM DE DOMAINE	8
2. CREER UN SITE WEB	8
3. RECHERCHE DE THEME PREMIUM.....	9
4. RECHERCHE DES RESSOURCES GRAPHIQUES (DESIGN)	9
5. APPRENDRE À CODER	10
6. LANDING PAGE	11
7. NEWSLETTER ET AUTO REPONDEUR.....	11
8. NEWSLETTER ET EMAIL MARKETING	12
9. A/B TESTING.....	12
10. POSTER VOS VIDÉOS EN LIGNE	13
11. PODCAST	13
12. EDITER VOS VIDÉOS	14
13. MÉDIAS SOCIAUX	14
14. CURATION ET VEILLE.....	15
15. PRÉSENTATION	15
16. CRÉATION DE WEB CONFÉRENCES	16
17. PLUGIN WORDPRESS	16
18. PLUGIN DE SITE DE MEMBRE	17
19. OUTILS DE GESTION MARKETING COMPLET	17
20. SYSTÈME DE PAIEMENT EN LIGNE	17
21. OUTIL DE FACTURATION.....	18
22. CRM : CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (GESTION DES RELATIONS AVEC LES CLIENTS)	18
23. GESTION DU TRAVAIL ET ORGANISATION.....	18

24.	FAIRE UN SONDAGE.....	19
25.	FAIRE DES IMAGES.....	20
26.	TROUVER DES IMAGES	20
27.	FAIRE UN CONCOURS	20
28.	REDACTION DE CONTENUS	21
29.	MATÉRIEL.....	21
	CONCLUSION	21
	CHAPITRE II : MEDIAS SOCIAUX ET LEUR UTILISATION	22
	INTRODUCTION.....	23
1.	RÈGLE DES 150	23
2.	COMPRENDRE ET INTERPRÉTER VOTRE E-RÉPUTATION	24
3.	CARTOGRAPHIER VOS PUBLICS POUR MIEUX CONNAITRE VOS COMMUNAUTÉS 26	
4.	IDENTIFIER LES INFLUENCEURS ET LES LEADERS D'OPINION EN LIGNE	27
4.1.	Les experts.....	27
4.2.	Les blogueurs grand public	28
4.3.	Les youtubers	29
4.4.	Les instagramers et les pinners (pinterest)	30
4.5.	Les personnalités publiques.....	31
5.	VEILLER SUR VOTRE ENVIRONNEMENT DIGITAL : CE QUE L'ON DIT SUR VOTRE MARQUE.....	31
6.	CONSTRUIRE ET FAIRE GRANDIR SA MARQUE EN LIGNE	32
6.1.	Se fixer un plan de route avec des objectifs et déterminer une organisation.....	33
6.2.	Adopter la bonne posture conversationnelle pour mieux toucher vos publics	34
6.3.	Envisager la création d'un blog ou d'une brand newsroom	36
7.	LES TYPES DE RÉSEAUX SOCIAUX.....	37
8.	POURQUOI LES UTILISER?	38
9.	QUELQUES ASTUCES POUR FACEBOOK ET TWITTER	38
10.	SERVICES OFFERTS PAR UN RÉSEAU SOCIAL	38
11.	QU'EST-CE QUE LE MLM	39
12.	VALEUR AJOUTÉE DES MÉDIA SOCIAUX.....	39
	CONCLUSION	40
	CONCLUSION GENERALE	41
	QUESTIONNAIRE AUX CHOIX MULTIPLES (QCM)	42
	REPONSES AU QUESTIONNAIRE	43

RECUEIL DES EXERCICES.....	44
CORRIGES PROPOSES DES EXERCICES	45
GLOSSAIRE	46
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE	53



A QUI S'ADRESSE CE LIVRE

Ce Livre s'adresse aux étudiants, aux professionnels tels que les technico-commerciaux en activités, aux chefs d'entreprises et à toute personne désireuse d'avoir des connaissances approfondies dans le domaine de communication en ligne sur les réseaux sociaux.

PREREQUIS

- ✓ Avoir la connaissance du domaine informatique, réseau et d'Internet

POURQUOI CE LIVRE ?

Ce cours intitulé « Social media-Networking » aborde les points tels que les médias sociaux, les réseaux sociaux et la communication sur les réseaux sociaux.

OBJECTIFS SPECIFIQUES DE CE LIVRE

- Sites web, hébergement et achat de domaines,
- Etudier les différents types des réseaux sociaux,
- Pouvoir communiquer efficacement en utilisant les réseaux sociaux.

A PROPOS

HIT-TECHNOLOGY (HIT-T) SARL U est un cabinet spécialisé dans le développement des applications web et mobiles. Il offre également des services tels que : Les formations en Multimédia, Informatique et Télécommunications, l'installation des réseaux informatiques, la maintenance informatique et réseau, la conception et la réalisation de sites web, la conception et la réalisation des applications web et mobiles, le consulting dans le domaine de mise en place des bases de données, des systèmes d'information, la sécurité réseau, pour ne citer que ces points. Les formations sont offertes dans les filières tertiaires et technologiques. Le cabinet est enregistré sous le décret n° 2012-008 / PR du 07-03-2012, Arrêté n° 011 / MCPSP / CAB / DPSP du 13-04-2012.