

Smartphone, tablette et géolocalisation

Référence : 5-NO-GEOL

Durée : 1 Jour

Objectifs

- Connaître les fondements et les services offerts par les applications mobiles et la géolocalisation
- Prendre conscience de l'intérêt marketing et commercial
- Etre capable de convaincre ses collaborateurs et ses partenaires des bénéfices liés à la géolocalisation

Prérequis

- Pas de prérequis spécifique

Public

- Formation ouverte à tous
- Direction et service marketing

Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine
- Pédagogie participative et active, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
- Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

Choisir AGINIUS

C'est choisir la **proximité** avec une capacité d'intervention dans 100 villes en France et 45 centres accueillant les interentreprises.

C'est choisir la **compétence** avec plus de 300 experts dans différents domaines : une offre de formation de plus de 400 programmes standards, une élaboration sur mesure de programmes spécifiques en fonction de vos besoins en intraentreprises, une clientèle allant au-delà de 5000 entreprises, administrations et collectivités locales.

C'est choisir un **réseau** assurant une réelle capacité logistique avec plus de 200 salles équipées et une capacité d'accueil avec 2000 stagiaires par jour....

Programme

1. Histoire, enjeux marketing de la géolocalisation et des applications

2. 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

3. 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

4. Les services de Google pour la géolocalisation

- Local Business
- Google adresses
- Google business photo
- Google maps et street view pour les professionnels

5. Médias sociaux

- Facebook, Twitter, Google+ et la géolocalisation
- Foursquare, DisMoiOù et Gowalla
- Évaluation et recommandations
- Les usages des socionauts et le positionnement des entreprises

6. Web mobile et usages des mobinautes

- SoLoMo et CoSoLoMo : Contenu, Social, Local et Mobile
- Social shopping géolocalisé : les applications incontournables

7. Campagnes de liens sponsorisés géo localisées

- B2C : Google adwords et Facebook
- B2B avec LinkedIn et Viadéo

Prochaines sessions inter-entreprises