



مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل
Office de Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail (OFPPT)

Partager un contenu numérique



The slide features a light blue background with decorative circuit-like lines in the corners. These lines are composed of straight segments and small circles, resembling a stylized electronic circuit. The lines are colored in a light blue shade, matching the background. The central text is in a bold, red, sans-serif font.

Chapitre 1 : Partager en ligne

Le stockage en ligne fait désormais partie intégrante de notre expérience connectée quotidienne, avec de nombreuses offres gratuites pour les particuliers, souvent très largement suffisantes

C'est un service dit de «**Cloud computing**» (nuage informatique) qui permet de sauvegarder, partager et accéder à tous ses fichiers (documents, photos, vidéos, musiques...) depuis n'importe quel appareil connecté à Internet partout dans le monde. Situé dans le 'Cloud', il peut être assimilé à un disque dur situé à distance, une dématérialisation qui permet d'éviter de transporter avec soi ses fichiers et données.



Il existe des dizaines d'offres disponibles, la plupart offrant aux particuliers du stockage gratuit pour les premiers giga-octets de données stockées

Meilleurs services de stockage en ligne (en 2023)* :

- pCloud.
- kDrive.
- Google Drive.
- OneDrive.
- Dropbox.
- Mega.
- Box.
- Apple iCloud.



Google Drive

*A*Drive

amazon cloud drive

Dropbox



SugarSync



iCloud



MEGA



OneDrive

* <https://www.presse-citron.net/stockage-en-ligne/>

Les techniques de partage en ligne

Les principales techniques de partage en ligne sont les suivantes :

- 1- Déposer le document numérique sur le Cloud, gérer les droits d'accès et envoyer le lien d'accès aux utilisateurs concernés
- 2- Télécharger le document numérique et effectuer les modifications nécessaires mais selon les droits d'accès accordés.
- 3- Publier un contenu numérique via les réseaux sociaux, messagerie électronique ou instantanée, etc.

Exemple : Google drive

vous être connecté à votre compte Gmail

Accéder à votre Espace de stockage

Cliquer sur Google Drive

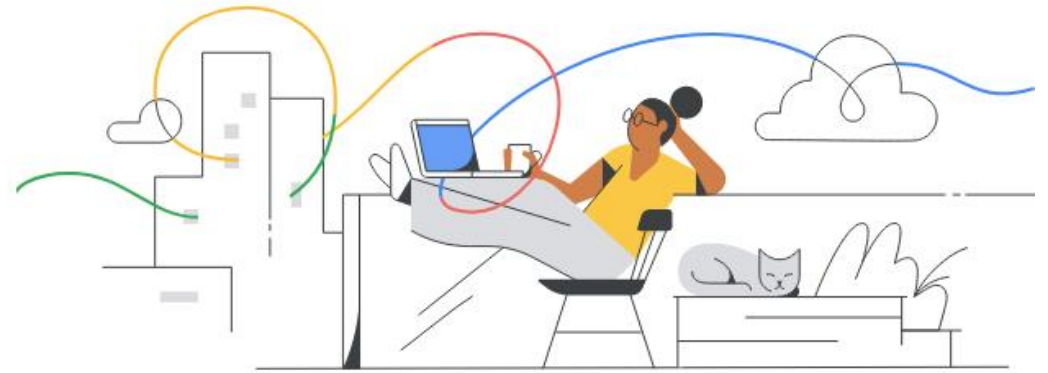
Importer votre Fichier

- Sélectionnez le fichier que vous souhaitez partager.
- Cliquez sur Partager
- Copier le lien
- Partager votre lien

Exemple

<https://drive.google.com/file/d/1fW3jupnTG7yF8GzRobyof5zA35NJ7z7y/view?usp=sharing>

https://www.icloud.com/iclouddrive/063VnotOQR5_woRnBfF4QARyQ#Cours_Microsoft_Word_2016



The slide features decorative circuit-like lines in the corners. The top-left and bottom-left corners have teal lines, while the top-right and bottom-right corners have blue lines. These lines consist of straight segments connected by small circles, resembling a network or circuit diagram.

Chapitre 2 : Utiliser les réseaux sociaux

Pourquoi utiliser les réseaux sociaux

Un réseau social, ou média social, est tout simplement un site internet (ou une application mobile) qui consiste et permet aux utilisateurs d'échanger entre eux, de partager des contenus, de découvrir des photos, vidéos, sons, ou de s'informer sur des sujets.



Quels sont les avantages des réseaux sociaux ?

Si les réseaux sociaux suscitent autant d'intérêt, c'est qu'ils sont la clé de la communication dans notre société, quel que soit l'âge. C'est une révolution virtuelle que nous voyons grandir depuis plus de vingt ans. Voici les principaux avantages des réseaux sociaux :

Développer la solidarité, poster une recommandation, une recherche de personnes, des causes humanitaires ou pour trouver des bons plans.

Échange professionnel : LinkedIn est le média social le plus adapté lorsqu'on est en recherche d'emploi

Networking : les publications qui seront partagées par ses contacts

Générer du trafic vers votre site ou votre blog : augmenter la visibilité de votre site

Renforcer l'image de marque pour les entreprises .

les réseaux sociaux les plus utilisés

Facebook (Meta)

YouTube

WhatsApp

Twitter

Linkedin, le plus professionnel des réseaux sociaux mondiaux

Instagram

Pinterest, le réseau source d'inspiration

TikTok, les courtes vidéos en musique

Snapchat

Quels sont les différents types de réseaux sociaux ?

il existe une multitude de réseaux sociaux

généralistes

sites communautaires



Google+



blogs



overblog



tumblr

sites de partage de contenus



spécialisés

réseaux professionnels

viadeo



sites de rencontre



eDarling

sites d'anciens camarades



Pourquoi être présent sur les réseaux sociaux ?

- Maintenir un lien familial ou amical à distance
- Retrouver des connaissances et créer un réseau
- Suivre une marque/un artiste et être au courant de son actualité
- Chercher des informations sur ses centres d'intérêt
- Diffuser de l'information
- Développer son projet professionnel, sa marque, sa société



Comment appelle-t-on les utilisateurs des réseaux sociaux ?

Sur Facebook, Instagram et Twitter par exemple, nous parlons des **Followers**,

Sur YouTube, nous parlons des abonnées à des chaînes ou des **subscribers** en anglais,

Chez LinkedIn, on est un contact lorsqu'on a une relation directe avec le compte concerné mais l'on peut aussi être un abonné ou follower lorsqu'on suit juste un contact.

Pourquoi utiliser les Smileys et Emojis dans la communication au niveau des réseaux sociaux ?

L'utilisation des **Smileys et Emojis** dans les réseaux sociaux répond à plusieurs objectifs :

- Exprimer des sentiments,
- Attirer l'attention,
- Renforcer la proximité avec votre audience,
- etc.



Quels réseaux sociaux pour une stratégie de communication efficace ?

Facebook

Facebook regroupe des personnes de toutes classes sociales et de tous les âges. C'est un réseau social avec de multiples possibilités :

- Vous pouvez publier des photos, des textes et des vidéos.
- Réaliser des posts plus instantanés avec des directs ou des stories.
- Et même créer des pages annexes (comme par exemple, des pages événements, des groupes privés ou publics,...).

Pour augmenter votre visibilité, il est important de communiquer de l'émotion à vos fans, en publiant une à deux fois par semaine sur Facebook.

Instagram

Instagram est un réseau social de plus en plus tendance au fil du temps, qui favorise le partage de photos et vidéos. Vous avez la possibilité de publier :

- Des posts , photos ou vidéos, et des carrousels
- Des stories, des IGTV* ou des Réels*, qui sont des formats de plus en plus tendances sur Instagram.

Il est conseillé de communiquer 2 à 3 fois par semaine sur ce réseau, avec des visuels de qualité. Essayez d'adapter votre stratégie digitale à l'algorithme d'Instagram afin d'obtenir de meilleures performances.

* Réel c'est une vidéo de 90 secondes maximum qui s'affiche en plein écran, au format vertical

* IGTV une application mobile de partage de vidéos créée par Instagram (Meta). Le service permettait la diffusion de vidéos plus longues pour les abonnés d'Instagram.



Twitter

Twitter se démarque de Facebook et Instagram, avec des posts “en direct”. Les tweets sont des post très éphémères, car très nombreux.

Pour avoir une bonne stratégie de communication sur Twitter, vous devez vous démarquer en proposant du contenu attractif qui donne envie d’être retweeté (partagé).

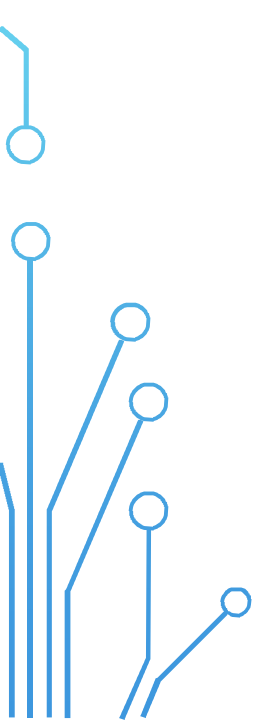
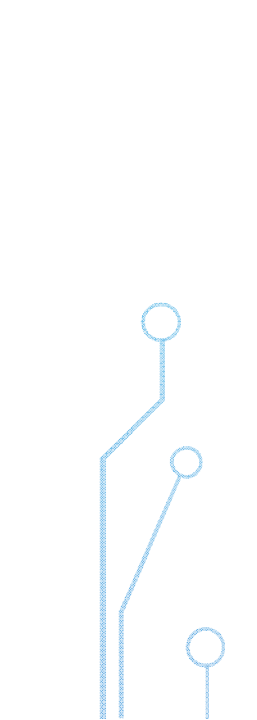
Vous avez la possibilité d’interagir en temps réel avec votre cible.





Tiktok

Ce réseau social est LA plateforme du moment. Des milliers d'utilisateurs partagent des courtes vidéos en réalisant différents challenges. Les formats les plus performants sur Tiktok sont :

- Brefs (15 secondes maximum : il faut capter l'attention dès les premières secondes),
 - Contiennent de la musique et de l'humour (pour marquer les esprits).
- 
- 
- 



LinkedIn

91% des cadres considèrent LinkedIn comme le meilleur endroit pour trouver du contenu qualitatif.

Cette plateforme est idéale pour promouvoir votre contenu et offrir une meilleure visibilité à votre marque.

Sur LinkedIn vous pouvez partager des posts, photos, vidéos, textes...

YouTube

En moyenne, un milliard d'heures sont regardées chaque jour sur Youtube. La communication des entreprises sur ce réseau social peut être très intéressante si le contenu proposé est pertinent et de qualité. Comme dans toute communication sur les réseaux sociaux, votre vidéo doit être travaillée :

- Le son doit être agréable à écouter
- L'image doit être de qualité
- La vidéo doit être dynamique

Vous pouvez, par exemple, mettre en avant des interviews ou encore des tutos qui montrent comment utiliser votre produit. En publiant vos vidéos sur YouTube, vous aurez par la suite la possibilité de les relayer sur d'autres réseaux sociaux.