

Animer sa communauté sur les réseaux sociaux certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : CMH - Prix 2024 : 1 490CHF HT

Cette formation vous permettra de mieux appréhender les nouveaux médias sociaux. Vous apprendrez à organiser des communautés autour de votre marque et à contrôler l'image que vous souhaitez diffuser.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux

Définir une ligne éditoriale, créer et gérer des contenus

Animer et fédérer une communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise

Découvrir les indicateurs et outils de mesures et de Social Media Management

Anticiper et gérer les situations de crise

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

TRAVAUX PRATIQUES

Approfondissement des fonctionnalités des réseaux sociaux et d'un outil de Social Media Management, définition d'un plan stratégique et opérationnel.

CERTIFICATION

L'inscription à l'évaluation et à la certification DiGiTT® est incluse lors de l'inscription au parcours. La certification se compose d'un test de 90 min. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points. Le seul suivi de la formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum. La planification de l'examen et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2023

1) Elaborer une stratégie Social Media

- Rappels des principes fondateurs des réseaux sociaux.
- Identifier les impacts de l'e-réputation sur la marque.
- Passer de l'e-réputation au e-lobbying.
- Appréhender une méthodologie pour définir sa stratégie.
- Identifier ses cibles et ses usages : la méthode des personas.
- Identifier ses leviers : une stratégie de sélection.

PARTICIPANTS

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, Web... et toute personne amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

PRÉREQUIS

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...
Connaissance des principaux réseaux sociaux.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Adapter son organisation et ses métiers.

Travaux pratiques : Faire le point sur l'e-réputation de son entreprise. Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux. Utiliser la méthode des personas.

2) Gérer une communauté

- Mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- Passer de la communication à la conversation.
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.
- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise.
- Savoir modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
- Animer sa communauté.
- Evoluer vers des plateformes de contenus.

Travaux pratiques : Mise en situations sur des cas réels sur différents réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, X (anciennement Twitter), Instagram) : demande d'information, question de SAV, critique, Spam, Trol,...

3) Créer et optimiser ses contenus

- Les outils du Community Manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production.
- Maîtriser le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
- Diffuser des contenus exclusifs et adaptés.
- Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
- Mieux twitter : usages, bonnes pratiques et règles de prudence...
- Savoir gérer l'impact des algorithmes avec le Social Advertising.
- Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces, monétiser son offre avec le Social Commerce.
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.

Travaux pratiques : Optimiser la rédaction et la visibilité de ses publications. Identifier les contenus, définir la ligne éditoriale, choisir les réseaux adaptés. Pratique d'outils de curation et de Storytelling.

4) Evaluer ses performances

- Connaître les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
- Distinguer Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA).
- Les outils de statistiques pour Facebook, X et Instagram.

Travaux pratiques : Découverte des statistiques (Facebook, X et Instagram). Utiliser les hashtags efficaces pour son activité et les influenceurs.

5) Gérer une situation de crise

- Identifier les différentes typologies de crise.
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par Internet.
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation.
- Préparer et former son organisation à la gestion de crise.
- Gérer les critiques : bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Travaux pratiques : Etudes de cas et retours d'expérience.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 24 juin, 23 sept., 05 déc.