Savoir communiquer sur les réseaux sociaux, gérer sa e-réputation

Référence	Soci2 – Mise à jour 9/2020
Durée	14 heures (2 jours)
Pédagogie	– Alternance théorie-pratique – Applications à des cas concrets – Mise en situation – Questions / réponses sur les thèmes abordés – Temps d' échange
Public Visé	Tout public ayant dans le cadre professionnel un contact avec les réseaux sociaux
Animateur / Formateur	Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE
Prérequis	– Connaissances de base d'Internet – Connaissances de base en communication
Lieu	Dans nos locaux ou sur site

1 Objectifs / Finalités

- Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
- Gérer l'image de l'entreprise et des personnes sur les réseaux sociaux
- Utiliser les réseaux sociaux dans la stratégie globale de communication

2 Thématiques

Séquence 1 : Les réseaux sociaux

- Présentation des différents réseaux sociaux et analyse
- Utilisation des outils liés aux réseaux sociaux et de l'usage nomade

Séquence 2 : Les réseaux sociaux généralistes

- Est-il utile de positionner son entreprise ou ses produits sur les réseaux sociaux généralistes ?
- Revue de détail et utilisation de Facebook dans le cadre professionnel : Mur, Timeline, Photos, Statistiques, Pages professionnelles, Publicité

- Revue de détail et utilisation de Twitter dans le cadre professionnel : Profil, Twits, Hashtags, Photos, Retweets…
- Utilisation de Google+ dans le cadre professionnel : Lien avec la page Google Entreprise et l'écosystème Google, profils, …

Séquence 3 : Les réseaux sociaux professionnels

- Est-il utile de positionner son entreprise ou ses produits sur les réseaux sociaux professionnels ?
- Présentation et utilisation de LinkedIn : Profil personnel, page professionnelle, groupes, communautés, photos et vidéos, lien avec les clients et salariés, paramétrage…
- Présentation et utilisation de Viadéo : Profil personnel, page professionnelle, groupes, lien avec les salariés, paramétrage…
- Communication et publicité sur les réseaux sociaux professionnels

Séquence 4 : Les réseaux sociaux de partage de médias

- Présentation et étude des réseaux sociaux de partage de médias : Dailymotion, YouTube, Pinterest, Scoop it…
- Est-il utile de positionner son entreprise ou ses produits sur les réseaux sociaux de partage de médias ?

Séquence 5 : Image, contenus et e-réputation

- Contenus efficaces vs contenus inutiles
- Création des axes de communication sur les réseaux sociaux
- Connaissance et mise en place d'outils de veille
- Gestion de communauté et de visiteurs

3 Evaluations

- Evaluations pratiques à la fin de chaque séquence avec si besoin reprise des savoir-faire non acquis