

Fiche pédagogique

Module 6 : Les fondamentaux du digital, des réseaux sociaux et de l'e-reputation

Objectifs de la formation

La formation a pour objectif d'amener le stagiaire à exploiter les réseaux sociaux à des fins professionnelles et mettre en place une stratégie de communication adaptée :

- Mesurer les enjeux des usages du digital et des médias sociaux par les clients
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Acquérir les fondamentaux et mesurer l'importance de l'e-réputation

Public visé

Cette formation s'adresse aux dirigeants d'entreprise, commerçants, artisans, chefs de projets, responsables marketing, webmasters, chargés de communication.

Prérequis indispensables

Pour suivre cette formation, il est indispensable :

- De savoir naviguer sur internet (recherches sur Google, ouverture de nouveaux onglets...),
- De savoir utiliser les fonctions basiques d'un logiciel de traitement de texte (Word...).

Méthodes pédagogiques et modalités de personnalisation mises en œuvre

Avant la formation, la formatrice audit la présence de chaque stagiaire sur les réseaux sociaux : l'existant, le niveau de pratique, la pertinence de l'utilisation...

+ Fiche PAF (personnalisation de l'action de formation) à remplir par le stagiaire et entretien téléphonique si nécessaire.

Au début de chaque formation, un tour de table est organisé pour amener les stagiaires à se présenter et à exposer leurs attentes précises concernant la formation.

Une réflexion est menée sur la stratégie de chacun (objectifs, cible, ligne éditoriale, mots clés pertinents pour chacun...).

Après une présentation détaillée des enjeux du numérique et des réseaux sociaux, la formatrice revient sur les outils de chacun pour un audit détaillé avec l'ensemble des stagiaires. Cela permet une prise de recul et une réflexion concrète sur l'utilisation des réseaux sociaux. Chaque stagiaire est ensuite en mesure d'optimiser son utilisation, grâce à ce nouveau regard et au regard des autres.

La formatrice précise les usages, bonnes pratiques, méthodes de travail (partage d'un calendrier éditorial, d'un tableau de suivi des statistiques pour adapter sa communication). Les fonctionnalités inconnues ou méconnues par les stagiaires leur sont expliquées.

Des exercices pratiques sont mis en œuvre : publications Facebook et Instagram, partages d'une information, d'un lien, navigation sur d'autres pages Facebook et comptes Instagram, recherches de contacts intéressants, prises de contacts...

Une réflexion est menée sur les commentaires auxquels peuvent s'attendre les stagiaires sur leurs médias sociaux, pourquoi et comment ils peuvent y répondre de façon pertinente et constructive.

Pour une connaissance plus globale du fonctionnement d'autres réseaux sociaux, Twitter, LinkedIn, Youtube, SlideShare, les blogs... sont abordés de manière plus théorique, autour d'études de cas concrets que les stagiaires sont amenés à commenter.

Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis s'effectue au fil de la formation. La formatrice accompagne les stagiaires dans tous les exercices proposés, les répète avec eux, si nécessaire, en ajoute au besoin... jusqu'à ce que la finalité et la manipulation soient bien comprises et assimilées.

Fiche d'évaluation des acquis, complétée tout au long de la formation par la formatrice.

Moyens pédagogiques

- Fiche PAF (personnalisation de l'action de formation) complétée par les stagiaires et remise au formateur avant le démarrage de la formation
- Fiche Travail Préparatoire à l'Action de Formation (Fiche TPAF) remise aux stagiaires au moment de l'inscription
- Support pédagogique papier remis aux stagiaires le premier jour de formation afin de permettre aux participants de le personnaliser et de le prendre en main
- Déroulé de la formation présentée sur vidéoprojecteur
- Fiche d'évaluation des acquis, complétée tout au long de la formation par le formateur
- Des sites internet référents, des communautés auxquelles poser des questions et apporter des réponses, afin de compléter, approfondir leurs connaissances sur les réseaux sociaux et suivre les évolutions des outils, usages, fonctionnalités...
 - o Le forum MyCM <https://www.facebook.com/groups/LeForumMyCM/>
 - o Le Journal du Community Manager <https://www.facebook.com/groups/journalducmm/>
 - o Le Blog du Modérateur <http://www.blogdumoderateur.com>
 - o Presse Citron <http://www.presse-citron.net>
 - o Conseils Marketing <http://www.conseilsmarketing.com>
 - o ...

Moyens techniques

- Ordinateur formateur
- Vidéoprojecteur (ou écran de télévision)
- Mur blanc pour permettre la projection
- Connexion Internet
- Bloc-notes et stylo remis à chaque participant
- Paperboard
- Clé USB remise à chaque participant pour la sauvegarde des différents travaux réalisés
- 1 ordinateur par participant

Moyens d'encadrement

La formation est dispensée par Anne Genevay, formatrice pour Les Clés de la Gestion depuis 2011. Diplômée de l'EFAP (Ecole Française des Attachés de Presse et Professionnels de la communication).

Son expertise :

Après plusieurs années en tant que pigiste puis chargée de communication, elle a créé (en 2008) et gère AGathe ze com', une agence de communication rédactionnelle spécialisée dans les réseaux sociaux et la formation.

Elle accompagne des professionnels dans leur stratégie de communication en général et sur les réseaux sociaux en particulier : le contexte, les objectifs, cibles, messages, choix des réseaux pertinents à mettre en œuvre, animation des différents réseaux.

Pour garantir un apprentissage performant, elle reste en veille permanente quant aux évolutions des outils et usages.

Durée et modalités d'organisation

Durée : 14 h (2 jours à une semaine d'intervalle)

Organisation : en inter-entreprises pour un groupe de 5 participants maximum.

Contenu détaillé de l'action de formation

Identifier les nouveaux usages du digital

- Les internautes acteurs de leur communication
- Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux

Panorama des réseaux sociaux

- Définition, usages et chiffres clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Snapchat...
- Blogs, wikis : quels usages pour son entreprise ?

Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Facebook
 - o Les différents formats : profil, page, groupe
 - o Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - o L'Edge Rank de Facebook
 - o La publicité sur Facebook
- Instagram
 - o Fonctionnement et spécificités
 - o Quelle utilisation pour son entreprise ?
 - o Créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- Twitter
 - o Fonctionnalités et usages
 - o Le vocabulaire : tweet, hashtag, follower...
 - o Intérêt pour son entreprise ?
- LinkedIn et Slideshare
 - o Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
 - o Intérêt et usages pour son entreprise ?
 - o Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel
- Chaîne YouTube : quelle place dans les médias sociaux des entreprises ?
- Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat
- La vidéo en direct : Twitter (Périscope), Facebook Live, YouTube, Live...

L'e-réputation et la veille en ligne

- Définitions : identité numérique, personal branding et e-réputation
- L'importance du moteur de recherche
- Mettre en place un dispositif de veille
 - o Se créer une identité numérique et la valoriser
 - o Veille
 - o Effacer ses traces
 - o Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Situations de crise et possibilités d'intervention