

Déroulé pédagogique de formation Gérer sa présence en ligne et son e-reputation

Intitulé : *Gérer sa présence en ligne et son e-réputation ; surveiller et améliorer l'image de son entreprise*

Public visé : Agences de communication, entreprises souhaitant mettre en place un service de gestion de l'e-réputation, de *social media management* ou de veille et analyse. Chefs d'entreprises, directeurs et responsables communication ou numérique, *social media managers*.

Intervenant : Steve Bonet

1/ Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Identifier les enjeux généraux et particuliers de la présence en ligne pour chaque structure
- Prendre connaissance des bonnes ressources à activer, des outils existants et des possibles limites
- Concevoir les possibilités d'optimisation de sa présence sur les réseaux sociaux et la prévention des risques associés
- Anticiper et mieux gérer une situation de forte exposition ou de crise
- Gagner en autonomie dans la gestion de la visibilité et de la présence en ligne (e-réputation)

2/ Objectifs pédagogiques

- 1- Découvrir les différentes formes de présence en ligne, l'étendue du périmètre des médias sociaux et les outils et pratiques nécessaires à l'écoute et à l'analyse (*social listening, social media monitoring, veille e-réputation*)
- 2- Apprendre à gérer sa présence en ligne et à prioriser les axes d'intervention (*stratégie social media*)
- 3- Evaluer la portée des actions et améliorer la prise de décision

3/ Méthodes pédagogiques

Les sessions se fondent sur un socle théorique solide (support de cours sourcé) et s'articulent autour

- D'une mise en commun d'expériences avec résolution collective des problèmes rencontrés ;
- De travaux de groupe sur des mises en situation (travaux pratiques)
- De mises en situation individuelles

4/ Modalités d'évaluation

Evaluation des travaux de groupe

Questionnaire récapitulatif final

5/ Indicateurs de suivi et de résultat (KPI) d'atteinte des OPO (point 1)

- **OPO 1** : Identifier les enjeux généraux et particuliers de la présence en ligne pour chaque structure
KPI : QCM final
- **OPO 2** : Gagner en autonomie dans la gestion de l'e-réputation ; prendre connaissance des bonnes pratiques, des ressources à activer, des outils existants et des possibles limites
KPI : Résultats des mises en situation
- **OPO 3** : Concevoir les possibilités d'optimisation de sa présence sur les réseaux sociaux et la prévention des risques associés
KPI : travaux de groupes
- **OPO 4** : Anticiper et mieux gérer une situation de forte exposition ou de crise
- **KPI** : mises en situation individuelles

Remarque : l'attestation de fin de formation précisera le niveau global et le niveau d'atteinte des différents OPO via une note sur 20.

6/ Supports fournis au stagiaire

L'ensemble des supports sera fourni au stagiaire *via* un lien WeTransfer à l'issue des deux journées.

Durée de la formation / 2 jours 15 heures

Plan de la formation

1 – Le web social : périmètre, pratiques et enjeux

- **Introduction**
 - **Définition**
 - **Web social / *dark social* et enjeux**
- **Comment s'y retrouver ?**
- **Quels métiers ? Quels leviers ?**
 - **Création de posts : *community management***
 - **Les conversations en ligne : Une ressource sous-évaluée**
 - **Comment appréhender les commentaires ?**

2 – Présence en ligne et stratégie *social media*

- **Présence en ligne : grands principes**
 - **Prendre la parole en conséquence : stratégie numérique (digitale) et *social media management***
 - **Les différents leviers d'acquisition**
- **Les bases d'une e-réputation saine**
 - **Gérer son planning éditorial**
 - **Suivre sa présence en ligne**
 - **Maintenir la détection de signaux**
 - **Exemple de stratégie *socialmedia***
 - **Cas pratique**

3 – Mettre en place un service de veille, détection et analyse

- Introduction aux requêtes booléennes et à la veille e-réputation
 - Définitions
 - *Social listening, social media monitoring*
 - Quelques requêtes
- Où et comment utiliser ces requêtes booléennes ?
- Exercice pratique
- *Vademecum* : les fondamentaux de la veille

4 – Anticiper, suivre et gérer une crise sur les médias sociaux

- En amont : anticiper une crise et ses effets
 - Prospective
 - Détection de signaux faibles
 - Stratégies d'extinction
- Suivre et piloter une crise
 - Organiser son dispositif
 - Recevoir et produire la bonne information
 - Mobiliser les ressources
- Intervenir
 - Les ordres de priorités
 - Les postures à étudier
 - Organiser la riposte

Intervenant : Cours CV + photo

Steve Bonet

Steve Bonet est actuellement directeur conseil et communication au sein d'Atchik, qu'il a rejoint en 2012. Dès 2014, il y développe le pôle Veille e-réputation et Gestion de



crise, devenu Pôle Veille et Conseil, pour accompagner divers clients, de la Banque Populaire à L'Oréal.

Diplômé de Sciences Po Toulouse, titulaire d'un master en journalisme et d'une licence d'Histoire, il développe de 2005 à 2010 différentes solutions d'optimisation du référencement et de la présence en ligne de contenus institutionnels (Région Midi-Pyrénées, organismes culturels) et publi-rédactionnels (O2 Pub Digital, FNAIM, Creads).

Il enseigne comme intervenant-expert en *Social Media Management* et Relations Médias à Sciences-Po Toulouse, en communication numérique à l'IUT Information-Communication de Toulouse et en e-réputation à l'Université Toulouse 1-Capitole.