



## Durée formation :

2 jours (15h)  
En présentiel



## Public visé :

6 à 8 personnes  
salariés de l'entreprise

► 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(e) :

Steve Bonet



## Coût de la formation :

4500€ HT / 2 jours

Formations booster sur  
une journée : 2500€ HT

Tarif incluant : frais de location de salle et frais de déplacement des intervenants. N'inclue pas les déjeuners.



## Supports :

Ensemble des supports fournis via WeTransfer à l'issue de la formation.

## 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 associé.
- 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).

## 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 Évaluer la portée des actions et améliorer la prise de décision.

## Méthodes pédagogiques

- Mise en commun d'expériences avec résolution collective des problèmes rencontrés.
- Travaux de groupe sur des mises en situation.
- Mises en situation individuelles.

## Modalités d'évaluation

Évaluation des travaux de groupe.  
Questionnaire récapitulatif final.

# Programme de la formation

## - Jour 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 ?

### Présence en ligne et stratégie social media :

- Présence en ligne : grands principes
  - Prendre la parole en conséquence : stratégie numérique 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)

## - Jour 2 -

### 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 ?
- Vademecum : les fondamentaux de la veille

### 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)



## Steve Bonet

Directeur conseil et communication au sein d'Atchik, il y a développé le Pôle Veille et Conseil pour accompagner la Banque Populaire, L'Oréal, etc. De 2005 à 2010 , il développe des solutions d'optimisation du référencement et de la présence en ligne de contenus institutionnels et publi-rédactionnels. Il enseigne 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.