

IMPACT DES EMPLOYÉS SUR LES RESEAUX SOCIAUX ET IMAGE DE L'ENTREPRISE

DESCRIPTION : Il est important pour une entreprise de maîtriser son image sur le web et plus particulièrement sur les réseaux sociaux et ce, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, l'impact généré auprès des consommateurs et futurs clients est important à prendre en compte car il peut se ressentir sur les ventes. Une autre raison, beaucoup moins souvent évoquée mais qui a pourtant son importance est l'image de l'entreprise qui cherche à recruter. Comment trouver de nouveaux collaborateurs si votre image est négative sur les réseaux sociaux et si vos valeurs sont critiquées par les salariés, actuels et anciens ?

- Papotage. 15 % de salariés bavardent sur leur entreprise dans les réseaux sociaux

DURÉE : 1 Journée - 7h.

PRÉ-REQUIS : Connaissances de base en marketing

OBJECTIFS :

- Appréhender les enjeux de l'e-réputation pour sa marque
- Faire de cette e-réputation un atout commercial
- Suivre sa e-réputation avec des outils simples et accessibles
- Gérer les avis et commentaires
- Comment impliquer vos salariés dans une stratégie social-média ?

PUBLIC :

- Professionnels du marketing, Community Managers, entrepreneurs, assistants de direction, salariés.

ACCESSIBILITÉ :

- L'accessibilité au centre de formation ACKWARE, permet aux personnes handicapées de circuler avec la plus grande autonomie possible, d'accéder aux locaux et équipements, d'utiliser les équipements et les prestations, de se repérer et de communiquer. L'accès concerne tout type de handicap (moteur, visuel, auditif, mental...).

ANIMATION : PRESENTIEL OU CLASSES À DISTANCE

CLASSES À DISTANCE :

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Skype, Zoom etc...un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant.
- Suivez une formation en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Les classes à distance sont organisées en Inter-Entreprises comme en Intra-Entreprise.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

- Réflexions de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous la forme de brainstorming
- Auto diagnostic du stagiaire : Bilan des points forts et repérage des points faibles.
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluations, des mises en situation et des jeux pédagogiques.
- Remise d'un support pédagogique

SUIVI ET EVALUATION

- Evaluation de la formation par les participants et remise d'une certification ou d'une attestation de fin de formation à chaque apprenant.

Formation éligible au CPF : Certification disponible – [MonCompteFormation](#)



**ACKWARE VOUS ACCOMPAGNE DANS TOUS VOS
PROJETS DE FORMATION ET VOUS APORTE SON EXPERTISE
POUR VOTRE TOTALE SATISFACTION**



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

I - Rôle et missions d'un Community Manager - CM

- Animer et développer une communauté
- Evaluer son e-réputation auprès des internautes
- Monter un dispositif de monitoring sur Internet
- Savoir choisir les plateformes sociales selon sa cible

Appréhender les enjeux de l'e-réputation pour sa marque

- Déterminer les traces numériques qui remontent dans les moteurs de recherche
- Identifier l'importance de l'e-réputation :
 - Dans une stratégie de personal branding
 - Pour une entreprise

Faire de cette e-réputation un atout commercial

- Démultiplier les traces positives
- Redéfinir sa e-réputation en s'appuyant sur une ligne éditoriale pérenne
- Éliminer des traces négatives
- Développer les traces sociales (SMO)

Suivre sa e-réputation avec des outils simples et accessibles

- Utiliser les outils de Google
- Piloter sa e-réputation grâce aux moteurs et outils d'alerte
- Optimiser sa veille à travers les réseaux sociaux

Gérer les avis et commentaires

- Savoir répondre : les bonnes pratiques
- Préparer un social media handbook pour un usage quotidien
- Réagir efficacement en cas de crise (bad buzz, rumeurs...)
- Intégrer les problématiques légales : connaître ses droits

Comment impliquer vos salariés dans une stratégie social-média ?

- Sensibiliser vos employés aux réseaux sociaux.
- Apprendre à communiquer sur les réseaux sociaux sans nuire à la réputation de votre entreprise.
- Transformer peu à peu vos employés en ambassadeurs.

Mise en place d'une charte d'utilisation des réseaux sociaux.

- Les meilleures pratiques à respecter
- Exemple d'un social media