

Stratégie Social Média Responsable

Description de la formation

Dans un contexte où l'utilisation des réseaux sociaux ne cesse de croître, il devient impératif d'adopter des pratiques éthiques et responsables. Cette formation d'une journée, à la fois pratique et concrète, vous guidera de l'élaboration d'une charte éthique à la rédaction de publications responsables. Rejoignez-nous pour acquérir les compétences essentielles vous permettant de demeurer fidèle à vos valeurs tout en naviguant efficacement dans l'univers des médias sociaux.

Objectifs pédagogiques

- › Appréhender les enjeux du numérique et des réseaux sociaux.
- › Maîtriser les grands principes de la communication responsable.
- › Élaborer une stratégie social média responsable.
- › Produire des contenus éthiques et durables.

Prérequis

- › Connaissances de base des principaux réseaux sociaux.

Modalités pédagogiques

- › **Modalité :** Formation réalisée en présentiel ou en distanciel selon la formule retenue.
- › **Méthode :** La formation se déroule entre 50% de théorie et 50% de pratique. Le formateur partage des points théoriques et des cas concrets, lance des discussions et échanges entre les stagiaires et propose des jeux / outils en relation avec le contenu et des mises en pratique.
- › **Support de formation :** Le support de formation utilisé par le formateur est remis au stagiaire à l'issue de la formation.

Modalités techniques

- › En format présentiel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'un vidéoprojecteur (ou TV), de tableaux blancs et de jeux / d'outils pédagogiques.
- › En format présentiel, le stagiaire n'a besoin d'aucun support particulier pour suivre la formation.
- › En format distanciel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'une plateforme de visioconférence et d'outils collaboratifs numériques.
- › En format distanciel, le stagiaire a besoin d'avoir une bonne connexion internet et d'un ordinateur équipé d'une webcam et d'un micro.

Code

NRE100

Durée

1 jour (7 heures)

Nombre de participants

Entre 4 (minimum) et 10 (maximum) participants.

Profil des stagiaires

- › Responsables des médias sociaux et Community Managers.
- › Agences de communication et consultants.
- › Métiers de la communication et du marketing.

Sanction de la formation

Attestation de fin de formation.

Accessibilité

Accessible pour les personnes en situation de handicap et aménagement possible en fonction du type de handicap (prévenir avant le début de la formation).

Modalités et délais d'accès

10 jours minimum avant la formation pour une demande de prise en charge.

Modalités de suivi et d'évaluation

- › Évaluation de fin de formation sous forme de test (QCM) afin de valider l'acquisition des compétences et des connaissances.
- › Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.
- › Feuille d'émargement signée par le(s) stagiaire(s) et le formateur, par demi-journée de formation.
- › Attestation de fin de formation.
- › Evaluation de suivi à froid (+ 1 mois).

Intervenant

Marie est **consultante et formatrice en Numérique Responsable / Marketing et communication responsable**. Co-fondatrice du collectif Marketing Digital Responsable au national et du Collectif Good-IT ! en Occitanie.

Tarifs

- › Interentreprises : 800,00 € HT
- › Intra-entreprise : sur demande

Contenu de la formation

JOUR 01

INTRODUCTION : LES ENJEUX DU NUMÉRIQUE ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

- › Débat interactif
- › Impacts du numérique et des réseaux sociaux : environnementaux, sociaux et sociétaux

LA COMMUNICATION RESPONSABLE

- › Apprentissage des bases
- › Analyse de campagnes, focus Greenwashing
- › Atelier mise en pratique sur les réseaux sociaux

CONSTRUIRE UNE PRÉSENCE EN LIGNE RESPONSABLE

- › Stratégie : les étapes clés d'une stratégie social media responsable
- › Alternatives : explorer des options aux GAFAM
- › Élaboration d'une charte « social media responsable »
- › Nouveaux paradigmes : adopter de nouvelles visions et imaginaires
- › Les KPIs à suivre

RÉDACTION RESPONSABLE

- › Éco-socio-conception : créer des contenus en suivant les référentiels
- › Éthique et inclusion : intégrer éthique, diversité, inclusion, intégrité et parité
- › Réglementation : respecter les RGPD, droits image et auteur (fact-checking)
- › Performance (SMO) et responsabilité, ce n'est pas incompatible !

EXPLORATION SUJETS CONNEXES

- › Publicité social media responsable : bonnes pratiques
- › Influence responsable : comprendre et pratiquer une influence positive

ATELIER PRATIQUE

- › Audit de votre compte et rédaction d'un post à impact positif
- › Feedback collectif

CONCLUSION

- › Échanges et retours sur l'atteinte des objectifs
- › Présentation de ressources utiles complémentaires
- › Quizz d'évaluation