PLACER LES MÉDIAS SOCIAUX AU CŒUR DE VOTRE COMMUNICATION

Renforcer la proximité avec les citoyens

2 JOURS, 14 HEURES

ELUS | CODE : GNU06

Objectifs de la formation

Développer une vision stratégique pour utiliser à bon escient les médias sociaux dans de votre collectivité

Savoir être à l'écoute, communiquer et interagir avec les communautés

Soigner l'e-réputation d'une personnalité publique ou d'une institution

Définir votre stratégie de présence et de proximité auprès des citoyens

Parmi nos formateurs

- **DENIAUD Cédric**
  Expert Digital,
- **DENAT Alexandra**
  Consultante,

Public concernés

- Elu ; Manager ; Responsable de la communication publique ; Dirigeant ; DGS ; Chargé de la communication externe

Critères d'admission

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

- Promo d'été -10% : Communes <20.000 hab. - Sessions en virtuel : 1 075,50 €HT
- Promo d'été -10% : Communes >20.000 hab. - Sessions en virtuel : 1 345,50 €HT
- Communes < 20 000 habitants (ou élus) : Tarif Classe virtuelle : 1 195,00 €HT
- Communes > 20 000 habitants (ou autres établissements) : Tarif Classe virtuelle : 1 495,00 €HT

JOUR 1 : ACQUÉRIR UNE VISION STRATÉGIQUE DE L'UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX

Développer votre culture digitale

- Comprendre le web social et l'utilisation des nouveaux médias par les citoyens
- Présentation d'un panorama des médias sociaux et cartographie des audiences françaises sur les réseaux sociaux
- Aperçu des principales plateformes et fonctionnalités existantes : X(ex Twitter), Meta (Instagram, Facebook), TikTok, LinkedIn, Snapchat...

- Analyse des comportements et pratiques des usagers sur les médias sociaux : participation, contribution, co-construction, vigie citoyenne, débats…

Comprendre l'articulation entre les médias sociaux, les influenceurs et les stratégies d'influence

- Évolution des médias et avènement des influenceurs : quel impact sur la communication institutionnelle et les relations publiques
- Nouveaux influenceurs et stratégies d'influence : comment communiquer et interagir avec des publics plus jeunes et connectés en réseaux

Étude de cas de communication politique

- Du président 2.0 aux élus 2.0
- Innover grâce à la participation citoyenne

JOUR 2 : EXPLOITER LES OPPORTUNITÉS OFFERTES PAR LES MÉDIAS SOCIAUX

Appréhender les enjeux et bénéfices des médias sociaux pour les collectivités territoriales

- Comprendre le phénomène et le fonctionnement des communautés connectées
- Savoir être à l'écoute des citoyens et interagir, avec eux, en temps réel
- Décrypter les mécanismes de l'influence et les risques de « bad buzz »
- Soigner l'e-réputation d'une personnalité publique ou d'une institution

Illustrations des notions clés à travers l'étude de cas concrets

- Tout au long de la journée, les différentes notions seront illustrées à travers des études de cas de collectivités territoriales ayant organisées leur présence digitale à travers les médias sociaux
- D'autres univers en dehors du secteur territorial seront observés de façon à apporter aux stagiaires des sources d'inspiration complémentaires.

Comment mettre en place une stratégie digitale et sociale au sein de votre collectivité

- Acquérir les bons réflexes pour mettre en place une stratégie digitale efficace
- Identifier les carrefours d'audiences des communautés ciblées
- Définir votre stratégie de présence sur les réseaux et organiser une proximité réelle avec les citoyens
- Développer une politique de contenus et de diffusion à destination des usagers
- Initier des conversations et animer une communauté d'usagers
- Comment mesurer les résultats de vos actions

Atelier pratique : définir la présence « social media » d'une institution

- Les stagiaires seront mis en situation à travers cet atelier. Ils bénéficieront de conseils pratiques pour l'organisation de leur équipe afin de garantir le succès de la mise en place d'une stratégie « social media », des activités de veille à l'animation en passant par de la création de contenus avec l'intelligence artificielle générative.

Dates

Classe virtuelle

18-19/11/2025

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études

de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.