



# SOCIAL MEDIA : CONSTRUIRE ET MANAGER LA PRISE DE PAROLE DU DIRIGEANT ET DE L'ENTREPRISE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

**FORMATRICE : Gisèle TAELEMANS**, depuis 1995 je sème les graines de la transformation digitale dans les entreprises privées et publiques, auprès des dirigeants et étudiants qui à leur tour les sèment autour d'eux. Mon métier de coach je l'aborde sous l'angle de la transmission de compétence, le sport fait partie de ma vie depuis toujours, c'est dans le même esprit d'excellence que j'accompagne les dirigeants et les équipes de marketing communication.

Mon job : Humaniser la transformation digitale des entreprises

Mon credo : Placer l'utilisateur au centre de votre stratégie de développement

Ma mission : Créer du lien entre les Entreprises (privées et publiques), l'Enseignement (initial et continu) et l'Innovation (startup et recherche)

Contribuer à l'utilisation eco-responsable du numérique

## OBJECTIFS

- gérer efficacement une veille,
- construire le territoire d'expression,
- manager la prise de parole
- contribuer à la stratégie d'influence de son entreprise sur les réseaux sociaux du web.

## PROGRAMME

**Jour 1 : matinée – La compréhension– Homogénéiser les connaissances des participants – Pédagogie inclusive**

### Phase 1 : La compréhension

Préparer sa présence

Influence des avis

Impact sur le recrutement

Enjeux qu'une stratégie SocialMedia

**Jour 1 : après midi – L'Analyse et Idéation– Appropriation et Créativité – Pédagogie implicite ( active)**

### Phase 2 : L'Analyse

Immersion / Observation

Organiser la veille

Identifier l'impact du web sur la réputation

Dresser la feuille de route

### Phase 3 : Idéation

Imaginer

Trouver des solutions

Co créer

Brainstormer

**Jour 2 : Matin – Prototypage – Mise en application – Pédagogie affirmative et active**

### Phase 4 : Prototypage

Créer la fiche concept

Affiner les concepts

Définir le scénario d'usage

Développer la présence du dirigeant

**Jour 2 : Après midi – Pérenniser et Prioriser – Organiser la mise en œuvre – Pédagogie active**

### Phase 5 : Pérenniser et Déployer

Récupérer des feed-back

Faire des enquêtes

Tester / Evaluer

Présentation des outils qui pourront être mis en œuvre pour impliquer son équipe, ses partenaires et ses clients



## **MÉTHODE ET OUTILS PÉDAGOGIQUES**

Décloisonnement, dynamisme, remises en question, centré sur l'humain sont les maîtres-mots des concepteurs du « design thinking »

Cette méthode consiste à combiner les compétences analytiques des uns avec les compétences intuitives des autres. Les outils collaboratifs et multidisciplinaires aident à comprendre les besoins des personnes.

Concrètement le travail en mode design thinking s'organise autour de trois logiques :

- Une logique de co-création qui favorise l'intelligence collective

- Une gymnastique intellectuelle alternant des phases d'intuition et d'analyse

- Une importance majeure accordée à l'étude de terrain

**PUBLIC :** Dirigeants, managers opérationnels (marketing, communication et commerciaux et ressources humaines)

**PRÉ-REQUIS :** Aucun

**DURÉE** 2 jours - 14 heures

## **SUIVI ET EVALUATION**

Feuille de présences émargées sur place.

Certificat de réalisation envoyé à l'issue du stage

Evaluation des acquis à la fin du stage.

Evaluation à chaud de la satisfaction fait en ligne et évaluation à froid.