

Gestion de crise et réseaux sociaux

Objectifs de la formation :

- Développer une expertise pratique pour identifier et gérer les situations de crise sur les réseaux sociaux
 - Maîtriser les bonnes pratiques pour prévenir les crises sur les réseaux sociaux, détecter les signaux faibles et réagir rapidement ;
 - Comprendre vos publics, classifier les attentes de votre communauté et adapter les réponses à leurs besoins ou leurs sollicitations en situation sensible
 - Comprendre les process de gestion de crise et les mettre en œuvre face à des crises sur les réseaux.
- **Publics** : Chefs d'entreprise, dirigeants d'association, cadre, CODIR, COMEX

Durée : 2 jours soit 14 heures

Pré-requis : Aucun.

PROGRAMME :

1ère demi-journée (3H30)

- Détecter les signaux faibles, évaluer les propose négatifs et identifier une crise
- Les process de gestion de crise et les crises RS
- L'alerte et la remontée de l'information
- Exercice – crise ou pas crise
- Identification des axes de progression

2ème demi-journée (3H30)

- Gérer une crise sur les réseaux sociaux
- Comprendre les enjeux des différents réseaux et des différents publics
- Les 2 temporalités de la gestion de crise sur les réseaux sociaux
- Exercice pratique sur la base du contexte des participants
- Identification des axes de progression

3ème demi-journée (3H30)

- Les principes de la communication de crise sur les réseaux sociaux
- Les familles des messages-clés
- Construire son positionnement et son argumentaire
- Exercice pratique sur la base du contexte des participants.
- Identification des axes de progression

4ème demi-journée (3H30)

- Les 13 étapes de la gestion de crise RS
- Mise en situation et cas pratiques
- Identification des axes de progression

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels.
Exercices pratiques et échanges entre pairs.

Les participants travaillent sur leurs propres attentes

Méthodes évaluation : Avant la formation (attentes et niveaux de compétences), à chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires : envoi présentation, liens vers ressources documentaires, et via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.