



FORMATION

Initiation & Utilisation des médias sociaux

Juin
1

Horaires	Thématiques	Formateurs
8h45 – 9h00	Accueil des participants	
9h00 – 10h15	Panorama des médias sociaux : historique, modes de fonctionnement et usages correspondants	FREDERIC CAVAZZA CONSULTANT SPECIALISTE MEDIAS SOCIAUX
10h15 – 11h00	L'importance des médias sociaux dans la communication de crise	LAURENT VIBERT COMCRISE
11h00 – 11h15	Pause	
11h15 – 12h45	Prise en main des outils : FACEBOOK : - Fonctionnement : prise en main - Usages (au quotidien et en gestion de crise) - Enjeux	CAROLINE SAISOU HCFDC
12h45 - 14h00	Déjeuner	
14h00 – 16h00	TWITTER : - Fonctionnement : prise en main - Usages (au quotidien et en gestion de crise) - Enjeux	CAROLINE SAISOU HCFDC
16h00 - 16h15	Pause	
16h15 – 17h00	Autres médias sociaux et outils collaboratifs	CAROLINE SAISOU HCFDC
17h00	Fin de la formation	

Objectifs pédagogiques :

1. Comprendre les différents usages des médias sociaux
2. Sensibiliser aux enjeux d'utilisation de ces outils en gestion de crise
3. S'approprier les codes propres à Twitter et Facebook et maîtriser leur fonctionnement grâce à une **PRISE EN MAIN** durant la formation

Tarif : 500 € HT

Lieu de la formation : 40bis rue Fabert, 75 007 Paris



FORMATION

Les médias sociaux dans la gestion de crise



Horaires	Thématiques	Formateurs
8h45 – 9h00	Accueil des participants	
9h00 – 11h	L'utilisation des médias sociaux en gestion de crise à travers 2 retours d'expérience : l'ouragan Sandy & l'accident de Brétigny	CAROLINE SAISOU HCFDC
11h00 - 11h15	Pause	
11h15 – 12h45	Définition d'une stratégie de communication sur les médias sociaux en situation de crise	MARINA TYMEN CONSULTANTE SPECIALISTE MEDIAS SOCIAUX
12h45 - 14h00	Déjeuner	
14h00 – 18h00	Exercices d'utilisation des réseaux sociaux en situation de crise, autour de deux scénarios dédiés : Scénario 1 : Réputation Scénario 2 : Sécurité civile Les participants joueront les responsables communication d'une organisation fictive impactée par une crise. Ils devront définir une stratégie d'utilisation des médias sociaux : mettre en place une veille, qualifier et trier les informations, identifier les influenceurs, anticiper les polémiques, définir une stratégie de communication, relayer la stratégie sur les réseaux sociaux.	EQUIPE D'ANIMATION : MARINA TYMEN LAURENT VIBERT CHARLY DUPLAN CAROLINE SAISOU
18h00	Fin de la formation	

Objectifs pédagogiques :

1. Comprendre les risques et les valeurs ajoutées d'utiliser les médias sociaux en situation de crise
2. Elaborer une stratégie de présence et d'utilisation des médias sociaux adaptée à votre organisation, avant, pendant et après une crise
3. Au travers de **2 EXERCICES**, s'entraîner à communiquer sur les médias sociaux et à utiliser les données échangées sur ces outils 2.0

Tarif : 950 € HT

Lieu de la formation : 40bis rue Fabert, 75 007 Paris