

Uw community beheren op sociale netwerken *optionele DiGiTT®-certificering op afstand*

Praktijkcursus van 2 dags - 14h

Ref : CMH - Prijs 2025 : 1 520 excl. BTW

Deze cursus geeft u een beter inzicht in de nieuwe sociale media. U leert hoe u communities rond uw merk kunt organiseren en het beeld dat u wilt uitstralen kunt controleren.

PEDAGOGISCHE DOELSTELLINGEN

Na afloop van de opleiding kan de cursist:

Een strategie ontwerpen en implementeren voor aanwezigheid en invloed op sociale netwerken

Een redactionele lijn uitzetten, inhoud creëren en beheren

Een gemeenschap leiden en verenigen, zorgen dat gedragscodes worden nageleefd en crisissituaties beheren

Ontdek de indicatoren en tools voor meting en Social Media Management

Anticiperen op en omgaan met crisissituaties

PEDAGOGISCHE METHODEN

Naast deze training voorziet ORSYS Atlas-leden van Mobile Learning-modules. Deze zijn 7 dagen voor de training en 30 dagen na de training beschikbaar.

HANDS-ON WORK

Een diepgaande blik op de functionaliteiten van sociale netwerken en een Social Media Management tool, en de definitie van een strategisch en operationeel plan.

CERTIFICERING

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de la cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

HET PROGRAMMA

laatste update: 04/2024

1) Een strategie voor sociale media ontwikkelen

- Een herinnering aan de grondbeginselen van sociale netwerken.
- De impact van e-reputatie op het merk identificeren.

DEELNEMERS

Communicatie-, marketing-, public relations- en webmanagers, evenals iedereen die als onderdeel van zijn/haar werk Community Management-taken moet uitvoeren.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Beheersing van basis IT-tools: kantoorautomatisering, internet, enz. Kennis van de belangrijkste sociale netwerken.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN -TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVERVALDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

- Van e-reputatie naar e-lobbying.
- Begrijp een methodologie voor het bepalen van uw strategie.
- Identificeer uw doelen en hun gebruik: de personamethode.
- Uw hefboomen identificeren: een selectiestrategie.
- Onze organisatie en ons bedrijf aanpassen.

Inventarisatie van de e-reputatie van uw bedrijf. Een strategie ontwikkelen voor uw aanwezigheid op sociale netwerken. De personamethode gebruiken.

2) Een gemeenschap beheren

- Een communicatiestrategie via meerdere kanalen implementeren.
- Van communicatie naar conversatie.
- Houd rekening met de evolutie van de klantervaring.
- Doe een toezegging en reageer namens het bedrijf.
- Modereren. In gesprek gaan en reageren. Anticiperen en verrassen.
- Beheer je community.
- Verschuif naar inhoudsplatforms.

Real-life situaties op verschillende sociale netwerken (Facebook, LinkedIn, X (voorheen Twitter), Instagram): informatieverzoeken, vragen over de dienst na verkoop, kritiek, spam, Trol, enz.

3) Inhoud creëren en optimaliseren

- De tools van de Community Manager: content en visuals creëren, organisatie en productie verbeteren.
 - Inhoud en vorm beheersen. Een verhaal vertellen.
 - Verspreid exclusieve content op maat.
 - Leer meer over best practices voor het verbeteren van de zichtbaarheid van uw publicaties.
 - Uw twittervaardigheden verbeteren: gebruik, best practices en veiligheidsregels...
 - De impact van algoritmen beheren met Social Advertising.
 - Optimaliseer uw Facebook-pagina met toepassingen van derden en verdien geld met Social Commerce.
 - Ambassadeurs ontwikkelen en behouden: verder gaan dan sociale netwerken.
- Het schrijven en de zichtbaarheid van uw publicaties optimaliseren. Inhoud identificeren, de redactionele lijn bepalen, de juiste netwerken kiezen. Tools voor curatie en storytelling gebruiken.*

4) Uw prestaties evalueren

- Inzicht in kwantitatieve en kwalitatieve indicatoren (KPI's).
 - Maak onderscheid tussen Return on Investment (ROI) en Return on Attention (ROA).
 - Statistieken voor Facebook, X en Instagram.
- Statistieken ontdekken (Facebook, X en Instagram). Effectieve hashtags gebruiken voor uw bedrijf en beïnvloeders.*

5) Een crisissituatie beheren

- De verschillende soorten crises identificeren.
 - De versterking van een crisis via het internet kanaliseren en beheren.
 - Pas een communicatiestrategie toe die past bij de situatie.
 - Uw organisatie voorbereiden op en trainen voor crisismanagement.
 - Omgaan met kritiek: goede praktijken en fouten die u moet vermijden.
- Casestudies en feedback.*

DATA
