

IMPLÉMENTER L'ÉCOUTE SOCIALE DANS LA STRATÉGIE DE L'AGENCE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations : catherine@lacademie-du-newbiz.com

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour mesurer le niveau de connaissance initial en social listening

Module 1 – Introduction au social listening

- 1.1. Définition et importance du social listening dans le contexte
- 1.2. La distinction entre le social monitoring et le social listening
- 1.3. Exemple de recherche dans le contexte avec un outil

Module 2 – Comprendre les outils d'écoute sociale

- 2.1 Présentation des principaux outils de social listening
- 2.2 Démonstration pratique : configuration d'une veille sur un outil choisi
- 2.3 Discussion sur les critères de sélection d'un outil adapté aux besoins de l'agence
- 2.4. **Atelier** : Identifier des leaders d'opinion avec une recherche

Module 3 –

- 3.1 Définir des objectifs de social listening : veille de marque, satisfaction client, veille concurrentielle, ...
 - Identification de mots-clés et de hashtags pertinents
 - Segmentation de l'audience et personnalisation de l'écoute sociale
 - Analyse des sentiments et identification des tendances
- 3.2 Utilisation du social listening pour la gestion de crise : détection des signaux faibles (et réaction rapide)
- 3.3. **Atelier** : Étude de cas – Une gestion de crise réussie grâce au social listening

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

Tarifs

À partir de 1800 € H.T. / 0,5 jour. Un devis sera établi sur demande

Durée

Une demi-journée en intra entreprise ou classe virtuelle

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenant

Anthony Rochand
CEO & Co-fondateur LEW
Consultant Formateur Certifié,
Speaker 🎤 Influence et RP 2.0,
📣 KOL et Top Voice sur X en
Influence / Marketing Digital.

Reconnu comme un influenceur de premier plan en France et en Europe, il est souvent invité par les médias pour parler de marketing digital et de réseaux sociaux. Il est le premier créateur de contenu B2B certifié "Influence Responsable" par l'ARPP

Objectifs

- Donner aux participants les aptitudes et l'expertise requises pour déployer des approches de social listening performantes dans leurs organisations, ce qui renforcera leur capacité à comprendre les publics, à gérer les situations de crise, à surveiller les activités des concurrents, et à accroître l'interaction sur les plateformes de médias sociaux

Public visé

- Dirigeant,
- Cadre,
- Responsable du développement,
- Manager,
- Commercial,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer et participer à des campagnes. .
- Connaissance de base des plateformes de médias sociaux et du marketing digital.

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas d'usage liés au NewBiz, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis