

RÉUSSIR LA MISE EN ŒUVRE D'UN RÉSEAU SOCIAL D'ENTREPRISE (RSE)



2 jours (à titre indicatif)

ENJEUX DE COMMUNICATION INTERNE ET FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS D'UN RSE

Au carrefour de la communication interne, du marketing, des RH et des relations sociales, la mise en œuvre d'un réseau socio-collaboratif constitue un véritable levier de fidélisation des collaborateurs et de création de synergie dans l'entreprise. Les nouvelles solutions techniques permettent notamment aux RH de devenir de véritables "community managers", au service des objectifs de l'entreprise 2.0. Mais avant de se lancer dans le choix de la solution à mettre en œuvre, il est indispensable de mesurer précisément les enjeux et les intérêts d'un tel réseau, en analysant et en optimisant le fonctionnement de la communication interne dans son entreprise.

PROGRAMME INDICATIF DE LA FORMATION INTRA

Le parcours de la formation est ajusté selon le niveau de maturité des organisations sur le sujet, les retours d'expérience, et construit en adéquation avec le secteur d'activité, la taille ou la culture du management de l'entreprise/structure

DÉFINIR LA COMMUNICATION EN RÉSEAU ET SON PUBLIC

- › Les réseaux sociaux, collaboratifs et relationnels face aux enjeux d'entreprise
- › Situer son usage en tant qu'utilisateur ou administrateur, à partir des réseaux mis à disposition
- › Évaluer les pratiques d'accès et de partage des savoirs selon son poste au sein du service
- › L'apport de la communication en réseau : une vision commune et globale à long terme
- › Les finalités du management de réseau : recrutement, fidélisation, échanges d'expérience, capitalisation de savoirs, image et esprit d'entreprise

Atelier : se positionner dans la chaîne de valeur de l'entreprise et accorder sa mission avec les attentes des collaborateurs

OPTIMISER L'EFFICACITÉ DE LA COMMUNICATION INTERNE

- › Favoriser l'esprit d'équipe pour avancer vers un objectif fixé de commun accord
- › Comprendre son style d'animation : directif, régulateur, participatif et révélateur
- › Devenir un catalyseur : donner l'exemple comme "nœud de partage" des savoirs

Jeux de rôle en sous-groupes : faciliter la compréhension du message et créer l'adhésion

CHOISIR SON RÉSEAU PARMIS LES SOLUTIONS DU MARCHÉ : IDENTIFIER LES ATTENTES

- › Ressortir les fonctionnalités des réseaux, les avantages et contraintes (selon la maturité du management, l'implication des membres, l'architecture)
- › Lancer la démarche vers l'uniformisation et la compatibilité des méthodes entre les métiers impactés
- › Préparer son organisation pour accueillir ce nouvel outil
- › Visualiser un panorama des plateformes et construire une grille comparative relative à son environnement

Cas pratique : recenser les fonctionnalités de ses réseaux et analyser les bénéfices apportés

LANCER UN RÉSEAU ET LE FAIRE VIVRE

- › Définir les acteurs et leurs rôles : contributeurs, membres, modérateurs, administrateurs, sponsors
- › Trouver les thèmes à aborder facilement et créer des flux d'échanges en s'appuyant sur l'existant
- › Définir l'objectif de son réseau, créer un noyau central : image, sujet, pertinence, réactivité
- › Détecter les blocages de communication pour mener sa conduite du changement
- › Nouvelles normes dans la gestion des profils utilisateurs, la traçabilité des échanges, la visualisation des avancements : les préciser dans son environnement
- › Prendre un "workflow" et appréhender différents livrables : cartographie des acteurs, flux des données, règles d'accessibilité, de stockage, d'archivage et de gestion des connaissances

Étude de cas : être meneur de son réseau et apprendre à être un bon gestionnaire

INTERFÉRENCES ENTRE LES RÉSEAUX AU SEIN DE SON ORGANISATION

- › Valoriser son réseau comme vecteur de communication auprès de la hiérarchie pour trouver de nouveaux sponsors
- › Anticiper la synergie entre son espace de travail collaboratif d'entreprise et le réseau social d'entreprise : collaborateurs, pratiques, attentes, solutions
- › Assurer l'évolution et la transformation des membres
- › Se faire référencer sur d'autres réseaux : importance de l'image de son propre réseau

Cas pratique sur les interférences entre les réseaux

PROMOUVOIR ET AGRANDIR SON RÉSEAU

- › Favoriser l'adhésion de nouveaux membres : conserver l'attractivité du réseau
- › Effectuer une veille régulière : sociologique, économique, juridique, technologique
- › Faire émerger des nouvelles voies de développement par une dynamique permanente
- › Assurer la pérennité de son réseau : le positionner dans la chaîne de valeur de l'entreprise

Cas pratique : aligner son réseau à la stratégie de l'entreprise en apportant de l'innovation

OBJECTIFS

- Connaître les enjeux et les bénéfices d'un Réseau Social d'Entreprise (RSE)
- Analyser et optimiser l'organisation de la communication interne de l'entreprise pour favoriser la mise en œuvre du RSE.
- Développer un réseau pour favoriser les échanges de pratiques et de connaissances.
- Mesurer l'impact du mode "réseau" sur l'organisation et le pilotage.
- Mettre en place des indicateurs pour identifier les contraintes et les exigences de son environnement de travail en réseau.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

- Une approche personnalisée du travail en réseau : chaque participant identifiera par des jeux de rôles, ses enjeux et bénéfices propres
- Des méthodes pour lancer un réseau pérenne et évolutif en s'appuyant sur des éléments concrets : retours d'expérience sur des cas pratiques, boîte à outils pour mesurer la maturité de son service, le type de management, l'implication des membres, l'évolution des solutions du marché
- Une vision sur les interférences du réseau social d'entreprise avec la gestion de la formation, la gestion des savoirs ou l'ingénierie des connaissances

PROFIL DES PARTICIPANTS

Directeurs, responsables et assistants RH, chargés de mission RH, responsables communication interne
Aucun niveau de connaissances préalables n'est requis

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'embarquement et attestation de fin de formation
Évaluation à chaud et à froid

MODALITÉS PRATIQUES

Réf : YCOL
Formacode : 33054 / 46252;46311
Formation intra sur-mesure : le contenu pédagogique, les modalités de réalisation et la tarification font l'objet d'une proposition personnalisée. Votre demande est traitée en temps réel par une équipe dédiée qui vous accompagne dans le suivi de votre formation.