COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

UGC User Generated Content : susciter, encadrer et diffuser les contenus clients

La marque produit seule des contenus qui coûtent cher et convainquent de moins en moins. Des clients publient pourtant déjà des photos des avis et des vidéos mais rien n'est organisé pour les repérer les autoriser et les réutiliser. Les meilleures preuves restent invisibles. Ces 14 heures organisent la contribution des clients. Le participant définit les contenus qu'il veut susciter met en place les mécaniques d'appel à contribution sécurise les autorisations et les droits d'usage sélectionne et diffuse les contenus reçus puis mesure leur effet sur l'engagement et sur les ventes.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 550 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Community managers chargés de communication responsables social media et équipes marketing des marques grand public.

PRÉREQUIS
Animer ou suivre les comptes de son organisation sur les réseaux sociaux.

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Définir les contenus clients utiles à sa stratégie social media
- Mettre en place des mécaniques qui suscitent la contribution
- Sécuriser les autorisations et les droits d'usage des contenus reçus
- Sélectionner et adapter un contenu client pour ses propres canaux
- Mesurer l'apport des contenus clients sur l'engagement et sur les ventes

03 Programme détaillé

M1 Comprendre les contenus produits par les clients

- Pourquoi la parole du client convainc
- Formes de contenus spontanés et de contenus sollicités
- Rôle de la preuve sociale dans la décision d'achat
- Cartographie des clients contributeurs et des ambassadeurs
- Contenus utiles selon les étapes du parcours d'achat
- À retenir : Un contenu client vaut par son caractère crédible et non par sa qualité de production.

M2 Susciter la contribution

- Donner envie de publier
- Appels à contribution et mécaniques de participation
- Concours défis et rendez-vous réguliers
- Animation d'une communauté d'ambassadeurs
- Sollicitation d'avis après achat
- Relais par les équipes en contact avec les clients
- Atelier : Chaque participant conçoit une mécanique de contribution adaptée à sa clientèle.

M3 Encadrer et sécuriser

- Ce que l'on a le droit de réutiliser
- Demande et conservation des autorisations
- Droit à l'image et mention des auteurs
- Règles de modération et contenus à écarter
- Transparence sur les partenariats rémunérés
- Traitement des avis négatifs et des détournements
- Cas pratique : Les participants trient une série de contenus reçus et décident lesquels sont utilisables.

M4 Diffuser et mesurer

- Faire circuler la preuve
- Sélection et adaptation aux formats de chaque canal
- Intégration sur le site et sur les pages produit
- Réutilisation dans les campagnes et les courriels
- Indicateurs d'engagement et effet sur les ventes
- Entretien du flux de contributions dans la durée
- Mise en situation : Les participants construisent le plan de diffusion d'une série de contenus clients sur un mois.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 550 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr