



Formation Community Management

Le community manager et les actions transversales à mener au sein de l'entreprise

Informations pratiques

Public : Tous publics

Durée : 7 heures

Tarifs :

• Inter : 550€ HT / personne

• Chez vous : 550 € HT/ personne + frais de transport et d'hébergement (le cas échéant)

Validation : Fiche individuelle d'appréciation de la formation.
Attestation individuelle de participation

Objectifs

Comprendre ce que représente la fonction de Community Manager.
Savoir établir une stratégie de visibilité sur les réseaux sociaux.
Connaître les outils d'aide au développement de sa notoriété.

Pré-requis

Utilisation régulière d'internet

Moyens Pédagogiques

Un poste informatique de technologie récente par participant.
La vidéo-projection des démonstrations du formateur.
Un support de cours complet.

Contenu de la formation

1. Ecosystème des réseaux sociaux - Culture générale

- Cartographie des réseaux sociaux
- Quelques chiffres sur les principaux réseaux sociaux
- Fonctionnement d'un réseau social
- Les réseaux sociaux : un nouvel espace de communication

2. Le rôle du Community Manager au sein de l'entreprise

- Le Community Manager : quel profil et quelles aptitudes ?
- Quel statut et quelle place au sein de l'organigramme de l'entreprise
- Quelles sont les actions réalisées par le CM ?

3. Mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux

- Les valeurs ajoutées de votre présence sur les réseaux sociaux
- Comment bâtir son plan média social sur les réseaux
- Choisir sa ligne éditoriale / projet de conduite à déployer
- Apprendre à mesurer les coûts et comment mesurer les impacts de sa stratégie

4. Le community management : l'art de provoquer l'engagement

- Quels réseaux pour quelles actions ?
- Apprendre à créer des messages engageants
- Comment animer et fédérer sa communauté ?
- Connaître les bonnes pratiques et les erreurs à ne pas commettre
- Connaître les outils et services pour l'animation et la promotion social media

5. Le Community Manager au centre de la stratégie d'e-réputation

- Qu'est ce que l'e-réputation et de quoi est composé son écosystème ?
- Le community manager : le garant de la protection de l'e-réputation de la marque
- Connaître les outils au service du community manager
- Les cas d'école qui ont fait la une

