

FORMATION

Community Management

3 jours - 1 260 €



But de la formation

A travers cette formation, découvrez comment mettre en place un stratégie efficace sur les réseaux sociaux.

Objectifs de la formation

A l'issue de la formation, les apprenants auront les capacités de :

- Bâtir une stratégie communautaire sur les réseaux sociaux
- Savoir créer, développer et animer une communauté
- Apprendre à créer des contenus à valeur ajoutée
- Mesurer la performance des réseaux sociaux

Public

Cette formation est conseillée aux. Directeurs marketing, chargé(e)s de communication, chefs de produit, responsables web, assistant(e)s marketing, community managers, chefs de projets web... Pré requis

Pré requis

Avoir déjà utilisé à titre professionnel sur les réseaux sociaux

Niveau

Intermédiaire

Durée

21 heures

Moyens pédagogiques

Formation présentielle dispensée par un formateur de plus de 10 ans d'expérience

Un support de formation remis à la fin de la formation

Méthodes pédagogiques

Alternance de théorie (50%) et mise en situation en fonction du secteur d'activité du stagiaire (50%)

Modalités d'évaluation

Questionnaires préalable à la formation

Questionnaire de sortie de formation

Sanction de la formation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation

Programme

Jour 1

1. Community Management » : panorama et usages

Le Web 2.0, c'est quoi ??

Et après le Web 2.0 ??

Panorama des médias sociaux

4 générations de médias sociaux : décryptage??

Les grandes tendances des médias sociaux??

L'impact sur les marques??

Les consommateurs ne sont plus ce qu'ils étaient??

La communication n'appartient plus aux marques??

Les marques doivent s'adapter??

Qu'est-ce que le Community Management ??

Qu'est-ce qu'une communauté et quel est son -
fonctionnement ??

Aspects sociologiques d'une communauté

2. Le métier de community manager

Le poste et son évolution??

Le profil type en France??

Un métier (récent) qui se professionnalise??

Les compétences clés??

Les différents types de community managers

Jour 2

3. La boîte à outils du Community Manager

Pourquoi créer une boîte à outils ??

Comment créer la boîte à outils idéale ??

Les grandes catégories d'outils??

Les outils de veille??

Identifier/récupérer/organiser les sources

Mettre en place des alertes??

Stocker et restituer sa veille??

Les outils de création d'application??

Les outils de curation??

Les outils de reporting et d'analyse??

Les outils de partage??

Les outils « hashtags »??

Les outils de gestion et de planification

4. Définir une stratégie de présence communautaire sur les médias sociaux

Etape 1 : faire un état des lieux

Etape 2 : définir des objectifs : pourquoi et comment?

Etape 3 : Qualifier et identifier ses cibles : Comment s'y prendre ? Les écueils à éviter ?

Etape 4 : Etablir une stratégie de contenu : « Content is king » !, Typologie du « brand content »?

Etape 5 : Le choix des plateformes : Comment les choisir ?, De Facebook à Twitter : leurs spécificités , De la stratégie à l'opérationnel

Jour 3

5. Lancer et animer une communauté

Définition d'une communauté?

Présenter la communauté?

Les 1ers contenus et le recrutement?

Faire grandir la communauté?

Une communauté engagée, c'est mieux

Comment engager sa communauté?

Qui participe ??

Recruter et fidéliser?

Les mécanismes d'animation d'une communauté

6. Gérer une situation de crise

Définition d'un bad buzz (VS buzz)?

Identifier les signaux faibles / signaux forts?

Identifier une crise?- Différencier crise et bad buzz?

Types de bad buzz?

Détecter un bad buzz?

Etudes de cas et enseignements

Les bons réflexes à adopter?

Prévoir les supports (post social média, communiqué de - presse, article...)?

Répondre, modérer?

Cicatriser la crise?

7. Evaluer la performance de ses actions sur les médias sociaux

Le ROI 2.0

Aspects sociologiques d'une communauté

Bulletin d'inscription

Dossier à retourner : par courrier : SH Consulting - Stéphanie HELINE - 97 Avenue Emile Counord 33 300 Bordeaux ou par e.mail : contact@s-h-consulting.net

Pour toute(s) question(s), contactez-nous au 06 08 95 13 70.

FORMATION

Intitulé de la formation.....

Date(s) souhaitée(s)t

Lieux : Bordeaux

Durée

PARTICIPANT

Nom..... Prénom.....

Fonction Tél.....

E.mail @.....

Objectifs pédagogiques et attentes de la formation :

.....,

ENTREPRISE

Nom de la société.....

Adresse

CP Ville

Tél.....

Site Internet

Signataire de la convention :

Nom..... Prénom

Date & Signature

Cachet de l'entreprise

Merci de l'intérêt que vous portez à nos formations. Nous vous demandons de bien vouloir compléter ce bulletin et de nous le retourner

à l'adresse ci-contre. Dès réception, nous vous adresserons les convention de formation.