

Community Management

L'essentiel pour assurer la mission de community manager

DESCRIPTION :

- Comment votre marque existe-t-elle sur les réseaux sociaux ? Qu'en disent les internautes, les communautés en ligne ? Est-il possible de les influencer pour valoriser votre image, doper votre prospection commerciale ? Ou plus simplement d'être présent sur les réseaux, voire dans certains cas, répondre à la rumeur... Cette formation vous permettra de mieux cerner le rôle de community manager et de mettre en place vos premières actions avec efficacité.

DURÉE : 3 Jours - 21h.

PRÉ-REQUIS : Maîtriser la micro-informatique et avoir une bonne pratique de l'Internet.

OBJECTIFS :

- Réussir ses premiers pas dans la fonction de community manager.
- Utiliser les leviers d'influence sur Internet.
- Animer une communauté en ligne.

PUBLIC :

- Responsable de communication.
- Responsable marketing.
- Chef de projet Web en agence ou chez l'annonceur.
- Attaché de presse et toute personne désirant apprendre et décrypter les codes du management de communauté sur Internet.
- Community manager en prise de fonction.
- Community manager occasionnel.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES : Développement Personnel - Santé

- Méthode active et démonstrative basée sur l'alternance de la théorie et de travaux pratiques sur ordinateur.
- Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur et l'alternance de la théorie et de travaux pratiques permet une validation concrète des acquis des stagiaires tout au long de la formation sous la conduite du formateur.
- Validation des acquis par des grilles d'analyses, des exposés, des apports méthodologiques, des exercices et des tests d'évaluations.



ACKWARE VOUS ACCOMPAGNE DANS TOUS VOS PROJETS DE FORMATION ET VOUS APPORTE SON EXPERTISE POUR VOTRE TOTALE SATISFACTION



PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Identifier la place et les missions du community manager

- Profil et compétences d'un community manager.
- Intégrer le community manager au sein des services de l'entreprise.

Écouter les communautés sur le Web

- Évaluer son e-reputation auprès des internautes.
- Monter un dispositif de monitoring sur Internet.
- Analyser les flux d'information.

Animer et développer une communauté sur les réseaux sociaux

- Définir process, règles éditoriales et axes de discussion.
- Comprendre les différentes étapes de construction d'une communauté.
- Établir une stratégie cross-média.
- Définir les critères de performances (KPI).
- Connaître et utiliser des outils de community management.

Community manager : être présent sur Facebook

- Comprendre les clés du succès sur Facebook.
- Créer et animer une page Facebook.
- Faire connaître sa page grâce aux campagnes publicitaires.
- Suivre les évolutions et les nouvelles fonctionnalités.

Créer un profil Twitter

- Comprendre les codes de communication Twitter.
- Créer et animer un profil de marque.
- Acquérir des followers.
- Organiser un live-tweet.

Saisir des nouvelles opportunités sur les réseaux sociaux

- Picture marketing sur Pinterest et Instagram.
- Réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo, Slideshare.

Gérer la e-réputation au quotidien

- Du "fail" à gestion de crise : les différentes typologies de crise sur Internet.
- Intégrer l'importance de la gouvernance et des social media guidelines.
- Anticiper et gérer un fail ou un bad buzz.