

Mis à jour le 25/07/2023

S'inscrire

Formation Community Manager

2 jours (14 heures)

Présentation

Le web 2.0 a bouleversé les codes et fait apparaître de nouveaux acteurs dans les métiers de la communication. Désormais, les marques et les entreprises doivent compter avec les internautes, les influenceurs, leurs fans, mais aussi leurs détracteurs. Le Community Manager occupe un rôle clé. Homme à tout faire des médias sociaux, il doit porter la culture de l'entreprise, développer sa notoriété et partager ses valeurs sur les plateformes incontournables (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, etc.). Le succès d'une marque sur les réseaux sociaux réside à la fois dans sa capacité à comprendre ses cibles, dans sa créativité et dans sa réactivité. Le Community Manager doit choisir les réseaux pertinents, utiliser les bons outils, recruter et animer sa communauté et mesurer ses performances.

2 jours de formation adaptée à l'univers de votre entreprise pour comprendre le rôle du Community Manager et apprendre à réaliser toutes ses missions.

Objectifs

- Comprendre le rôle et les missions du Community Manager
- Devenir un bon Community Manager (qualités et outils)
- Savoir définir et mettre en oeuvre une stratégie éditoriale adaptée à son activité
- Animer et fédérer sa communauté sur les médias sociaux

Public Visé

Directeur marketing / communication, chargé de communication, assistant marketing / communication, community manager, entrepreneur

Prérequis

Connaissances de base dans le marketing et l'utilisation d'internet

Programme de la formation Community Manager

Introduction : Être un bon Community Manager

- Présentation du Community Manager et de ses missions
- Son rôle et sa place dans l'entreprise
- Ses qualités et son importance

Construire une stratégie de présence sur les médias sociaux

- Présentation des principales plateformes, de leurs publics et de leurs intérêts business
- Choisir les bons réseaux
- Établir une stratégie adaptée
- Définir sa ligne éditoriale
- L'importance des contenus sur le web

Veiller

- Le rôle clé de la veille digitale
- Surveiller et évaluer son e-réputation
- Les outils de veille

Recruter

- Promouvoir les réseaux sociaux de l'entreprise auprès de sa communauté existante
- Recruter de nouveaux membres grâce au Paid
- Faire tomber les barrières entre on et o? line

Animer

- Planifier son contenu grâce au calendrier éditorial
- Publier au quotidien
- Promouvoir un événement
- Les outils d'animation

Modérer

- Être à l'écoute de sa communauté
- Engager le dialogue
- Gérer une crise sur les médias sociaux

Mesurer

- Définir les objectifs de performance
- Utiliser les outils de statistiques
- Réaliser un reporting

Sociétés concernées

Cette formation s'adresse à la fois aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, petites ou grandes, souhaitant former ses équipes à une nouvelle technologie informatique avancée ou bien à acquérir des connaissances métiers spécifiques ou des méthodes modernes.

Méthodes pédagogiques

Stage Pratique : 60% Pratique, 40% Théorie. Support de la formation distribué au format numérique à tous les participants.

Organisation

Le cours alterne les apports théoriques du formateur soutenus par des exemples et des séances de réflexions, et de travail en groupe.

Validation

À la fin de la session, un questionnaire à choix multiples permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Sanction

Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.