

FORMATION COMMUNITY MANAGER

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Maîtriser les fondamentaux et les outils du Community Management
Savoir créer et animer une communauté
Définir une stratégie de présence sur le web
Gérer sa réputation sur internet
Appliquer concrètement les bonnes pratiques du Community Management
Définir précisément une stratégie de webmarketing
Mettre en pratique la méthode EcPaRe

PUBLIC , PRE-REQUIS

Chef d 'entreprise, responsable communication, marketing, futurs
Community Managers ou toute personne désireuse de développer
sa connaissance du monde internet
Bonnes connaissances du Web et de l'outil informatique Mac ou Pc.

COMPETENCES ACQUISES

Entrer dans la communauté des professionnels du webmarketing
Participez à une communauté active



DUREE ET TARIFS

Session de 20 heures par stagiaire
Horaires de 14h00 à 18h00
Groupe de 2 à 5 stagiaires
1 200,00 € H.T. T.v.a. applicable 20 %
soit 1 440,00 T.T.C.



MOYENS TECHNIQUES

Ordinateur Mac et PC,
systèmes et logiciels divers
Connection internet



MODALITES D'EVALUATION

Contrôle continu des connaissances
QCM - Projet de fin de stage



LIEU DU STAGE

4, allée des Ormes
92420 Vaucresson

Programme de la formation

La stratégie

Etat des lieux
Le Webmarketing
Chiffres
Les réseaux sociaux

La stratégie de community management

Introduction
Communautés d'influence
Communauté de partage
Communauté de participation
Exercices pratiques

Les communautés

Introduction
Communautés d'influence
Communauté de partage
Communauté de participation
Exercices pratiques

Les métiers du community management

Chargé de veille
Rédacteur web
Community Manager
Social Media Manager

Écouter : comprendre et mettre en place une logique de veille

Présentation
Outils de veille en temps réel
Outils de veille automatisés
Exercices pratiques
Les zones sensibles (images maps)

Parler

La conception et la diffusion de votre contenu
Être présent ?

Les blogs

Histoire, chiffres
Les usages
Présentation de Tumblr, Joomla, Wordpress

Les réseaux sociaux personnels

Les utilisateurs
Présentation de Facebook
Le compte, la page, le groupe
La publicité
Facebook live
Messenger et les bots

Les réseaux de micro blogging

Les utilisateurs
Présentation de Twitter
Le compte, le hashtag
La publicité

Les réseaux de micro publication

Les utilisateurs
Présentation de Instagram
Présentation de Vine
Présentation de Snapchat

Les réseaux de curation

Présentation de Pinterest
Présentation de Scoop It
Présentation de Paper.li

Les réseaux de partage

Présentation de Youtube
Présentation de FlickrR
Présentation de SlideShare

Les réseaux de niches

Les réseaux professionnels
Présentation de LinkedIn
Présentation de Viadeo

L'animation de la communauté, comment tenir les conversations

Répondre
Introduction
Animer sa communauté
Gestion d'un bad buzz
Quelles réponses donner
Les chartes d'expression

Stratégie

Retour d'expériences sur les projets de chacun
Modélisation des stratégies de développement de chacun et pratiques

Écouter

Retours d'expérience sur vos outils de veille
Modélisation de vos structures de veille

Parler

Retour d'expérience sur votre présence sur le web social
Cartographie de votre dynamique de contenu

Répondre

Combien de temps passez-vous à échanger avec votre communauté ?
Comment éduquez-vous votre entreprise aux médias sociaux ? Créer une charte d'expression dans votre structure
Définir un processus de gestion d'un bad buzz
Retour d'expérience sur votre animation de communauté
Présentation des usages des réseaux sociaux