

# 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 - HORAIRES - TARIFS

Session de 20 heures par stagiaire  
Horaires de 14h00 à 18h00  
Groupe de 1 à 2 stagiaires  
60,00 € H.T. de l'heure + Tva 20%



### 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

Sur site, Boulogne,  
Vaucresson, Paris

# 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