


PROGRAMME

Formation : Community Management

 **Durée**
21 Heures



REFERENCES REGLEMENTAIRE :

- Articles L.6353-1 du Code du Travail
- Les C.G.V sont consultable sur notre site internet



PRE-REQUIS :

Il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur et/ou un téléphone.



PUBLICS CONCERNES :

Cette formation s'adresse à tout public.



DELAIS D'ACCES :

Dates à convenir ensemble, formation disponible toute l'année en présentiel ou distanciel.



MODALITES D'ACCES :

L'accès à nos formations peut-être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.



ACCESSIBILITES :

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



2520€ HT



1 à 8 personnes



Cf. Convention

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel.

Les apprentis seront capables de :

- Découvrir les fonctionnalités des réseaux sociaux
- Comprendre l'enjeu des médias sociaux
- Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté
- D'acquérir les leviers pour proposer une stratégie de communication sur les médias sociaux

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée à tous

MODALITES D'EVALUATION

- Test d'entrée en formation
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de formation



CONTENUE DE LA FORMATION

❖ **INTRODUCTION**

- Pourquoi faire du Community management ?
- Les rôles du Community manager
- Les qualités du Community manager
- Les outils du Community manager

❖ **LES FONCTIONNALITES ET USAGES DES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX**

- Facebook : l'incontournable média social
- Twitter : toucher les influenceurs
- YouTube : transmettre votre savoir et votre histoire
- Instagram : se construire une image
- LinkedIn : générer des leads BtoB
- Les autres réseaux : Pinterest, TikTok, Snapchat

❖ **LES ALGORITHMES**

- Qu'est-ce qu'un algorithme ?
- Pourquoi est-il nécessaire de comprendre les algorithmes ?
- Facebook & son algorithme
- Instagram & son algorithme
- Twitter & son algorithme
- LinkedIn & son algorithme
- YouTube & son algorithme
- Snapchat & son algorithme
- TikTok & son algorithme

❖ **CONCEVOIR UNE STRATEGIE MEDIAS SOCIAUX**


- Qu'est-ce qu'une stratégie médias sociaux ?
- Structurer un diagnostic médias sociaux (SWOT)
- Les 4 types de stratégie Social Média :
SELLING/NETWORKING/LISTENING/INFLUENCING
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube....
- Définir ses tableaux de bords
- Gouvernance et chaire des médias sociaux

❖ **DETERMINER VOTRE AUDIANCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX**

- Qui est ma cible ?
- Définir des personas
- Pourquoi définir des personas ?
- Comment construire un personas
- Savoir identifier les mauvais personas

PROGRAMME

Formation : Community Management

 **Durée**
21 Heures

❖ **ANIMER EFFICACEMENT LES PRINCIPAUX MEDIAS SOCIAUX**

- Animer une page Facebook : facteurs clés de succès
- Comment optimiser l'engagement sur un compte Twitter
- Animer une page entreprise sur LinkedIn
- Créer et animer un compte Instagram
- Optimiser le SEO de sa chaîne YouTube
- Utiliser le Picture marketing : Pinterest, Instagram, Snapchat

❖ **MESURER ET ANALYSER LES RESULTATS**

- La visibilité
- L'acquisition
- La recommandation
- L'engagement
- La tonalité du message

❖ **LE SMM (SOCIAL MEDIA MONITORING)**

- Qu'est-ce que le social media monitoring ?
- 6 raisons de faire du social media monitoring
- Qu'est-ce que le benchmarking ?
- La veille concurrentielle
- La e-réputation
- Comment se créer une réputation sur les réseaux sociaux ?
- Exemple d'une mauvaise gestion de e-réputation
- Les outils pour effectuer le social media monitoring

❖ **LE SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) ET SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)**

- Qu'est-ce que le SEO ?
- Qu'est-ce que le SEA ?
- Comment faire du SEO ?
- 10 étapes pour améliorer votre référencement naturel
- Concrètement, comment se passe le SEO ?
- Qu'est-ce que le SMO ?
- Pourquoi et comment faire du SMO ?

Compétences visées :

A l'issue du stage, vous serez capable de :

- Comprendre les qualités du Community Management
- Comprendre les fonctionnalités des Réseaux Sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, etc...)
- Être en mesure de comprendre les Algorithmes
- Être capable de réaliser une stratégie Social Média
- Savoir déterminer les bons et mauvais personas
- Créer et animer des pages sur les réseaux sociaux
- Être en mesure d'analyser les résultats en matière de visibilité
- Maîtriser la e-réputation (SEO, SMM, SMO)