

- *Identifier les enjeux du Community Management et en comprendre les principes*
- *Identifier les rôles et les missions du Community Manager*
- *Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social*
- *Connaître les différents réseaux sociaux, leurs fonctionnements et usages*
- *Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux, en particulier Facebook et Twitter*
- *Connaître les principaux outils de gestion des réseaux sociaux*

2

Prix : 1440€ / HT

OUTILS PÉDAGOGIQUES**PUBLIC VISÉ**

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, Web... et toute personne amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION**MODALITÉS DE FINANCEMENT****MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS****OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES****ACCESSIBILITÉ****LES POINTS FORTS DE LA FORMATION****PRÉ-REQUIS**

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS**ATTESTATION OBTENUE****EFFECTIF DE LA FORMATION****CERTIFICATION****MODALITÉ PÉDAGOGIQUE**

Cours dispensé en mode présentiel avec une alternance d'apports théoriques et méthodologiques, et de mises en situations pratiques

PROCHAINES SESSIONS

Nous consulter

PROGRAMMES DE LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT**Comprendre le Web social et les enjeux du Community Management**

- Comprendre la mutation des modes de communication sur le Web.
- Identifier les principaux leviers du Web social : réseaux sociaux, blogs, réseaux sociaux propriétaires...
- Découvrir les usages collaboratifs.
- Définir le Community Management.
- Identifier les enjeux du Community Management pour son entreprise.

Identifier les rôles et les missions du Community Manager

- Définir les rôles du Community Manager.
- Elaborer des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
- Maintenir la cohésion de la communauté.
- Identifier les obstacles et les opportunités de mise en œuvre de ses actions sur les réseaux sociaux.

Connaître les différents types de réseaux sociaux

- Identifier les grands usages des réseaux sociaux et les nouvelles tendances.
- Comprendre leurs bénéfices, finalités et les applications métiers.

- Déterminer quels réseaux sociaux intégrer dans sa stratégie de présence.

Focus sur Facebook et Twitter

- Cerner les enjeux de Facebook pour la communication d'entreprise.
- Comprendre le potentiel de Facebook et ses principes de fonctionnement : Post, Like, Partage...
- Déterminer le modèle : profil, groupe ou page.
- Connaître les spécificités et impacts de Twitter.
- Le vocabulaire : followers, hashtags...

Gérer une page Facebook

- Créer et personnaliser sa page.
- Gérer la diffusion de ses publications.
- Utiliser les fonctionnalités avancées.

Gérer un compte Twitter

- Connaître les principales fonctionnalités, les règles d'or et les bons usages de Twitter.
- Appréhender La composition d'un tweet : format, symboles, raccourcis...
- Personnaliser son profil Twitter.
- Optimiser la diffusion de ses tweets.
- Découvrir les plateformes de Social Media Management.

Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités

- Se rendre visible sur LinkedIn : construire et gérer son réseau de contacts, créer un groupe de discussion.
- Partager des photos et des vidéos : Flickr, Pinterest, Instagram...
- Partager des vidéos : Youtube, Dailymotion, Vimeo...
- Partager des présentations : Slideshare...
- Utiliser des outils de curation : Scoop.It, Paper.li