



COMMUNITY MANAGEMENT

REFERENCES REGLEMENTAIRE :

. Articles L6353-1 du Code du Travail
 . Les C.G.V sont consultable sur notre site internet

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.

OBJECTIFS :

Notre objectif est de vous rendre immédiatement opérationnel pour l'utilisation du logiciel. Les apprentis seront capables de :

- Découvrir les fonctionnalités des réseaux sociaux et leurs algorithmes
- Fédérer et animer en utilisant les réseaux sociaux
- Comprendre l'enjeux des médias sociaux
- D'acquérir les leviers pour proposer une stratégie de communication sur les médias sociaux

METHODES PEDAGOGIQUES

. Le module alternera éléments d'enseignement didactiques et théoriques avec une prise en main progressive des logiciels à travers des cas pratiques et des exemples exposant les principales problématiques que le stagiaire rencontrera dans la gestion des logiciels de manière à acquérir une réelle autonomie opérationnelle.

OUTILS PEDAGOGIQUES :

- Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation..
- Chaque stagiaire prépare un ordinateur avec accès internet.
- Accès personnalisé et sécurisé
- Lors de l'inscription chaque participant est appelé par un conseiller pour un bilan personnalisé des besoins.

CONTRÔLE DES PRE REQUIS AVANT FORMATION

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

Pour autant, dans le cadre de notre politique de certification Qualiopi, chaque stagiaire devra effectuer un test d'entrée avant le début de la formation afin d'identifier les forces et les faiblesses de l'apprenant sur les différents sujets portant sur la formation afin d'adapter cette dernière au public formé.

MODALITES D'EVALUATION

- Test d'entrée en formation
- Évaluation des acquis du stagiaire par le formateur

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.



COMMUNITY MANAGEMENT

DESCRIPTIF 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

SUITE DESCRIPTIF DE LA FORMATION

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 AUDIENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

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

LES FONCTIONNALITES ET USAGES DES PRINCIPAUX RESEAUX 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



COMMUNITY MANAGEMENT

COMPETENCES VISEES

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)

SUITE DESCRIPTIF DE LA FORMATION

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 ?

DUREE
21 heures

TARIFS
2520€ HT