



LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT

840 € HT (tarif inter) | REF : WEB266
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

L'animateur de communauté ou CM, l'abrégé de community manager, est un métier qui consiste à animer et à fédérer des communautés sur Internet pour le compte d'une société, d'une marque, d'une célébrité ou d'une institution. Profondément lié au web 2.0 et au développement des réseaux sociaux, le métier est aujourd'hui encore en évolution. Le cœur de la profession réside dans l'interaction et l'échange avec les internautes (animation, modération) ; mais le gestionnaire de communauté peut occuper des activités diverses selon les contextes. A l'issue de la formation, les participants connaîtront les spécificités des réseaux sociaux et pourront mettre en place une gestion de base de ces derniers.

PROGRAMME

Comprendre le métier de Community manager

- Appellation, rôles et qualités.
- Enjeux et missions du Community manager (analyser, écouter...).

Travaux pratiques : Jeu : trouver les chiffres clés

Appréhender les enjeux comportementaux des internautes

- De l'individu à la communauté.
- Pyramide de Maslow et schéma de la ligne d'achat.
- Vers une transformation de la relation clients.

Travaux pratiques : Exercice d'analyse : Comment reconnaître une bonne pratique d'une mauvaise?

Appréhender les médias sociaux

- Historique et fondements .
- Panorama des catégories de média sociaux .
- Fonctionnement et usages des principaux médias sociaux: Réseaux sociaux, forums.. .
- Panorama des outils pour la gestion quotidienne : Hootsuite, Buffer, Agorapulse.

Travaux pratiques : Exercice technique : manipulation des réseaux sociaux Mettre en place et analyser la page Facebook, le compte Twitter, Instagram, LinkedIn et youtube.

Établir une stratégie digitale

- Pourquoi développer une stratégie communautaire web ?.
- Penser "ressources" (humaines, économiques, matériels).
- Penser "utilisateurs" (clients, concurrents, personnas, influenceurs...).
- Méthodologie : 3 étapes pour une stratégie digitale complète.

Travaux pratiques : Méthodologie en 3 étapes : Développer une stratégie de communication numérique pour une société IT.

Les enjeux du référencement

- Introduction au SEO - pourquoi faire du SEO?.
- Liens organiques vs liens sponsorisés.
- Knowledge Graph / Recherche universelle/ Taux de clic.
- Stratégie, missions et compétences du référenceur.

Travaux pratiques : Exercices pratiques autour des mots-clés



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les objectifs et les enjeux du Community Management Identifier le rôle déterminant et les missions liées au Community Management Connaître les différents réseaux sociaux et plateformes communautaires virtuelles Gérer les fonctionnements et usages de ces plateformes communautaires Identifier les réseaux et événements influents en fonction de son activité

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chargé / Chef de communication / marketing / relations publiques / web. Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

PRÉREQUIS

Maîtriser l'outil informatique (bureautique et Internet)

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION
de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte