Formation Community Management – Animer ses réseaux sociaux

ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Vous souhaitez apprendre à animer vos réseaux pour développer votre audience, ainsi qu'à organiser des communautés autour de votre marque ? Animer une communauté sur les réseaux sociaux

OBJECTIF

A l'issue de la formation Formation Community Management – Animer ses réseaux sociaux, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
- Animer et fédérer une communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise
- Maîtriser les pratiques éditoriales adaptées aux réseaux sociaux
- Exploiter les possibilités des formats multimédia

LES PRÉREQUIS

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.
Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers),

échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers
Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d'exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

LES POINTS FORTS

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d'exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype.
Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les

séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L’accompagnement comprend

– Un test de positionnement initial permettant d’adapter le parcours
– Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
– Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
– Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqûre de rappel en cas de besoin
– Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
– Un point intermédiaire à mi-parcours
– Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

– Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
– Accompagnement individualisé en cas de difficulté
– Adaptation des exercices au niveau du candidat
– Tout en dirigeant cette formation, il s’adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d’évaluation de la progression

L’évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d’information oral peut s’effectue ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l'objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – L'environnement du Web

- Internet, le Web et son fonctionnement
- Distinguer les principaux navigateurs : Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer
- L'importance du référencement
- Connaitre les principaux : Google, Yahoo, Bing
- Les sites vitrines / sites de ventes en ligne
- La mutation des modes de communication
- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif

Module 2 – Panorama et état des lieux des réseaux sociaux

- Les différents réseaux sociaux
- Savoir faire la distinction entre les réseaux professionnels et les autres types de réseaux sociaux
- Spécificités et tendances de chaque réseau social
- Identifier les utilisateurs et leurs motivations/usages
- Les bénéfices, les finalités et les applications métiers
- Choisir les réseaux sociaux à intégrer à sa stratégie de présence

Module 3 – Rappels pour élaborer sa stratégie Social Media

- Identifier les impacts de l'e-réputation sur la marque
- Passer de l'e-réputation au e-lobbying
- Appréhender une méthodologie pour définir sa stratégie
- Identifier ses cibles et ses usages : la notion de Buyer Personas
- Identifier ses leviers : une stratégie de sélection
- Adapter son organisation et ses métiers

Module 4 – Constituer sa communauté VS utiliser les communautés existantes

- Bonnes et mauvaises pratiques : règles à respecter pour construire sa propre e-communauté
- Pérenniser sa communauté
- Identifier les grands carrefours communautaires
- Optimiser ses investissements on-line grâce aux communautés

Module 5 – Gestion de la communauté

- Mettre en place une stratégie de communication multicanale
- Passer de la communication à la conversation
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client
- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise
- Savoir modérer
- Engager la conversation et répondre
- Anticiper et surprendre
- Évoluer vers des plateformes de contenus

Module 6 – Le Content Management : créer et optimiser ses contenus

- Les outils du Community Manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production
- Maîtriser le fond et la forme
- Diffuser des contenus exclusifs et adaptés
- Connaître les usages pour améliorer la visibilité de ses publications
- Savoir gérer l'impact des algorithmes avec le
- Social Advertising
- Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces
- Monétiser son offre avec le Social Commerce
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux

Module 7 – La gestion des situations de crise

- Présentation des différentes typologies de crise
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par Internet
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation
- Préparer et former son organisation à la gestion de crise
- Être capable de gérer les critiques

Module 8 – Evaluer la performance des actions menées

- Distinction entre Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA)
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI)
- Les outils d’analyse de statistiques pour Facebook, Instagram et Twitter
- Objectifs et périmètres de veille
- Les outils d’observation gratuits
- Les solutions professionnelles de veille et de mesure d’engagement