

Community Manager : un **métier qui ne s'improvise pas ! Le dirigeant de l'entreprise est pénalement responsable des écrits publiés sur Internet au nom de son entreprise.**

Les **réseaux sociaux** favorisent la prise de parole par les internautes. Les Community Managers doivent **réagir vite et bien, et pour cela connaître les bonnes pratiques** : comment favoriser **l'interaction** entre les internautes, et développer une **expérience sociale réussie** ? Comment accroître la **notoriété** de votre entreprise, acquérir de **nouveaux clients et les fidéliser** ?

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

2 jours soit 14 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.200 € HT les 2 jours
Prise en charge possible par votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

OBJECTIF GENERAL

- Comprendre les médias sociaux
- Appréhender le terrain d'action du Community Manager au travers les réseaux sociaux
- Construire une présence sur les réseaux sociaux et animer sa communauté

OBJECTIF PEDAGOGIQUE ET CONTENU DETAILLE

COMPRENDRE LES MEDIAS SOCIAUX

DIFFERENCE ENTRE MEDIAS SOCIAUX ET RESEAUX SOCIAUX

SEPT IDEES RECUES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

10 RAISONS POUR ETRE PROACTIF SUR LES RESEAUX SOCIAUX

PANORAMA DES RESEAUX SOCIAUX : LE TERRAIN D'ACTION DU COMMUNITY MANAGER

Les réseaux sociaux professionnels : LINKEDIN - VIADEO – **les réseaux sociaux Pro** (métiers) à connaître

Les réseaux sociaux **grands publics** aux usages hybrides : FACEBOOK - TWITTER – PINTEREST – INSTAGRAM...

Les **multimédias** : DAILYMOTION – YOUTUBE...

CONSTRUIRE UNE PRESENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Les raisons d'une présence sur les réseaux sociaux : Communication vs conversation / Good buzz ou Bad buzz

Elaborer la stratégie

Définir la cible et définir le périmètre d'intervention :

- Veille technologique ou concurrentielle
- Fidélisation et adhésion à la marque
- Promotion des ventes et publicité / Communication
- Gestion de la réputation
- Ressources humaines
- Gestion de la relation client

ANIMER UNE COMMUNAUTE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Comment fonctionne une communauté ?

- Conversation ou monologue ? / Actifs et suiveurs ?
- Comprendre les mesures d'audience

Public concerné

Tout public

Pré-requis

Aucun

Type de formation

Inter ou intra entreprise

Durée de la formation

2 jours soit 14 heures

Nombre de participants

6 maximum

Modalités pédagogiques

Stage en présentiel

Tarif de la formation

Inter : 1.200 € HT les 2 jours
Prise en charge possible par
votre OPCO

Nous contacter

Monique PAWLAK
06.95.50.52.72
monique.pawlak@live.fr
www.webmarketingandcomm.fr

2 / 2

Les bonnes pratiques

Comprendre les attentes de la communauté
Gérer le négatif avec transparence et honnêteté
Vendre ou informer
Valeur du contenu
S'exprimer de façon correcte en toutes circonstances

La boîte à outils du Community Manager

Observer, mesurer, suivre :
Qui parle de vous ? / Quelle est votre visibilité ? / Veille sectorielle
Les statistiques des différents médias

DEVELOPPER SES AFFAIRES AVEC LES MEDIAS SOCIAUX

- L'interaction entre les internautes
- 10 règles d'or pour créer une expérience sociale réussie

LE METIER DE COMMUNITY MANAGER

- Les missions du Community Manager / Les compétences et qualités pour exercer ce métier
- Community Management : La réaction aux critiques
- Ce que dit la loi