

Formation Réseaux Sociaux Expert : Stratégies pour Community Manager

Durée :	1 jours
Public :	Responsable de communication, réseaux sociaux
Pré-requis :	Maîtrise de base du web et connaissance minimale des réseaux sociaux
Objectifs :	Savoir gérer la communication d'entreprise sur les réseaux sociaux, comprendre les risques et leviers
Sanction :	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
Taux de retour à l'emploi:	Aucune donnée disponible
Référence:	E-M590-F
Note de satisfaction des participants:	4,79 / 5

Introduction

Evolution du Web
Stratégies des marques et E-Reputation

Présentation des principaux réseaux sociaux

Twitter
Facebook
Linkedin Les autres réseaux sociaux : YouTube, Snapchat etc.

Présentation du Community Manager

Définition des tâches du Community Manager
Qualification du Community Manager
Risques auxquels le Community Manager sera confronté
Choisir son Community Manager : les qualités à avoir

Préparer sa communication sur les réseaux sociaux

Bien connaître l'entreprise et ses produits ou services
Bien connaître les fonctions au sein de l'entreprise
Définir le ton à adopter
Choisir les thèmes
Analyser la concurrence
Identifier les attentes de ses suiveurs
Rédiger un tableau de risques et situations
Planifier les tâches

Atelier : sur une thématique donnée, analyser les actions de la concurrence et établir le tableau de risques et situations

Activités du Community Manager

- Tâches quotidiennes
- Recensement de contenus
- Lecture des posts
- Rédaction de contenus
- Créer et fidéliser une communauté autour de sa marque
- Gestion de crise

Evaluer la politique réseau social

- Mesurer les activités
- Evaluer les dépenses
- Calculer le ROI
- Déterminer les avantages immatériels

Promotion des réseaux sociaux d'entreprises, buzz et événementiels

- Organiser des buzz ou événements
- Coupler les supports
- Diffuser les buzz ou événements
- Analyser les résultats

Méthodologie

- Définir sa cible
- Déterminer ses objectifs
- Choisir les supports
- Définir les actions de promotion
- Déterminer et rédiger les contenus
- Choisir les fréquences de communication et les dates/heures à privilégier
- Créer un planning
- Etablir son tableau des risques et situations
- Installer des outils de mesure
- Mettre en oeuvre les actions
- Développer sa communauté
- Renouveler sa présence et ses actions de promotion
- Evaluer les résultats

Atelier : mise en oeuvre de la méthodologie pour sa propre activité

Conclusion

- Facteurs clés de succès : qualités essentielles du Community manager
- Questions / Réponses