Formation Community Manager - Les codes du management des réseaux sociaux

Durée :	3.0 jour(s)
Objectifs :	• Identifier les missions du Community Manager. • Utiliser les leviers d'influence sur Internet. • Animer une communauté en ligne. • Savoir être présent sur les réseaux sociaux.
Public :	• Responsable de communication /Responsable marketing / Chef de projet Web / Attaché de presse et toute personne désirant apprendre et décrypter les codes du management de communauté sur Internet.
Prérequis :	• Avoir une pratique courante d'Internet et des outils digitaux
Modalités et moyens pédagogiques	Apports théoriques alternés par des exercices pratiques et/ou des mises en situation Échanges entre stagiaires venant enrichir le déroulé de la session Salle de formation équipée de dispositif vidéo Grand Ecran Portail web: maformation.vaelia.fr
Modalités d'évaluation	Auto évaluation des acquis, exercices pratiques et/ou échanges avec le formateur.
Moyens d'encadrement	Un formateur expert spécialisé en Communication Web dont les compétences ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou Vaelia.
Satisfaction globale :	/5 *Calculée à partir des évaluations stagiaires sur les 12 derniers mois.*

Jour 1

Identifier la place et les missions du Community Manager

- Profil et compétences d'un Community Manager.
- Intégrer le Community Manager au sein des services de l'entreprise.

Écouter les communautés sur le Web

- Évaluer son e-reputation auprès des internautes.
- Monter un dispositif de monitoring sur Internet.
- Analyser les flux d'information.

Jour 2

Animer et développer une communauté sur les réseaux sociaux

- Définir process, règles éditoriales et axes de discussion.
- Comprendre les différentes étapes de construction d'une communauté.
- Établir une stratégie cross-média.
- Définir les critères de performances (KPI).
- Connaître et utiliser des outils de Community management.

Community manager : être présent sur Facebook

- Comprendre les clés du succès sur Facebook.
- Créer et animer une page Facebook.
- Faire connaître sa page grâce aux campagnes publicitaires.
- Suivre les évolutions et les nouvelles fonctionnalités.

Jour 3

Créer un profil Twitter

- Comprendre les codes de communication Twitter.
- Créer et animer un profil de marque.
- Acquérir des followers.
- Organiser un live-tweet.
- Saisir des nouvelles opportunités sur les réseaux sociaux
- Picture marketing sur Pinterest et Instagram.
- Réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo, Slideshare.

Gérer la e-réputation au quotidien

- Du "fail" à gestion de crise : les différentes typologies de crise sur Internet.
- Intégrer l'importance de la gouvernance et des social media guidelines.
- Anticiper et gérer un fail ou un bad buzz.