

Community management perfectionnement

OBJECTIF : Mettre en place un planning et une stratégie de communication
Approfondir les fonctionnalités d'administration de pages
Optimisation et personnalisation des pages
Comprendre ce qu'est le content management et le mettre en application
Gérer une situation de crise

NIVEAU REQUIS : Bonne maîtrise de l'outil informatique, avoir des bases solides en communication et marketing et Connaissance du web

PUBLIC VISE : Personnes dans les domaines de la communication, le marketing, le journalisme, les RP, la gestion projet web, etc.

COMPETENCES VISEES : Approfondir ses compétences en community management, optimiser et personnaliser ses pages afin d'améliorer le visuel et le contenu.
Adopter une stratégie de communication adaptée en cas de situation de crise

MOYENS PEDAGOGIQUE : Alternance de cours théorique et de cas pratique, possibilité d'adapter les exercices en fonctions des besoins des participants. Exercices individuels sur PC. Support pédagogique remis au stagiaire

MOYENS TECHNIQUE : Vidéo projecteurs, imprimante, ordinateurs, accès internet.

MOYENS D'ENCADREMENT : Formateur expert communication en réseaux sociaux avec une solide expérience professionnelle

APPRECIATION DES RESULTATS : Exercices pratiques, évaluation orale pour attester des connaissances acquis individuellement en fin de formation et questionnaire de satisfaction en fin de formation

LIEU DE FORMATION : Site client ou salle de formation à l'extérieur de l'entreprise

MODE D'ORGANISATION PEDAGOGIQUE : Présentiel en intra entreprise

DUREE : 21 heures

SANCTION : Attestation de formation

Contenu de la formation :

Social Media Planning

Social Media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale.
Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.
S'engager et répondre au nom de l'entreprise.

Social Media management

Approfondir les fonctionnalités d'administration d'une page Facebook. Découverte et pratique de solutions de Social Media Management
L'évolution vers des plateformes de contenus.
Les outils du Community Manager : créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production.
Exercices pratiques

Optimisation et personnalisation des pages

Mettre en place des opérations d'animation, optimiser sa page Facebook avec des applications tierces.
Lutter contre la baisse du "reach" avec le Social Advertising.
Monétiser son offre avec le Social Commerce.
Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.
Les nouvelles tendances : réseaux, formats, social vidéo, messageries...
La tentation du "buzz".
Exercices pratiques
Personnaliser une page Facebook. Découvrir les solutions d'animation de communautés. Découvrir les solutions de campagnes payantes. Pratique d'outils de curation et de storytelling.

Le Content Management

Maîtriser le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
Diffuser des contenus exclusifs et adaptés.
Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
Le "Picture Marketing" : créer de l'engagement sur Instagram.
Prendre la parole au nom de l'entreprise.
Modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
Gérer l'impact du "reach" Facebook.
Exercices pratiques
Optimiser la rédaction et la visibilité de ses publications (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest).

Gérer une situation de crise

Identifier les différentes typologies de crise.
Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par internet.
Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation.
Comment mieux gérer une crise avec Internet et les réseaux sociaux.
Préparer et former son organisation à la gestion de crise.
Gérer les critiques : bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Evaluer le ROI et la performance de ses actions

Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
Les outils d'analyse de statistiques pour Twitter, Instagram et Pinterest.
Objectifs et périmètres de veille.
Les outils d'observation gratuits.
Les solutions professionnelles de veille et de mesure d'engagement.