

# COMMUNITY MANAGEMENT



Durée : 2 jours



Prix 1300 HT



## Objectifs

- BÂTIR UNE STRATÉGIE COMMUNAUTAIRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
- SAVOIR CRÉER, DÉVELOPPER ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ
- APPRENDRE À CRÉER DES CONTENUS À VALEUR AJOUTÉE
- MESURER LA PERFORMANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX



 **Prérequis :** Aucun

 **Public :** Community Manager en fonction  
Community Manager occasionnel  
Responsable Marketing et Communication Digitale



## Modalités et Pédagogie

### AVANT LA FORMATION

- Auto-diagnostic
- Entretien téléphonique avec le formateur afin de personnaliser votre formation.
- Le programme de formation ci-dessous pourra donc être modifié gratuitement en fonction de vos attentes

### PENDANT LA FORMATION

- Test de début de formation, afin de valider les connaissances de l'apprenant,
- Des études de cas ou cas pratiques seront proposés
- Test de fin de formation, afin de valider les connaissances acquises
- Questionnaire de satisfaction rempli à la fin de la formation

### FIN DE LA FORMATION

- Débrief de la formation avec le formateur pour consolider vos connaissances
- Attestation de fin de formation
- Suivi post formation



# Programme

## PARTIE 1 : CONCEVOIR UNE STRATEGIE MEDIAS- SOCIAUX

- Structurer un diagnostic médias sociaux (modèle 3C, modèle POEM, SWOT).
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube, blogs ... quels médias choisir ?
- Le plan d'actions opérationnel : ligne éditoriale, stratégie de recrutement...

## PARTIE 2 : ANIMER DES ESPACES SUR LES MEDIAS SOCIAUX

- Facebook : créer sa page, le Edge Rank, mesurer les résultats, social ads.
- Twitter : vocabulaire, objectifs, metrics.
- LinkedIn : employee advocacy, social selling, marque employeur.
- YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest, Tiktok.
- Le traitement des avis clients négatifs.



## PARTIE 3 : ORGANISER VOTRE DISPOSITIF MEDIAS-SOCIAUX

- Choisir les bons outils de management des médias sociaux (SMMS).
- Définir ses tableaux de bord.
- Gouvernance et charte des médias sociaux.

