



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Maîtriser les fondamentaux et les outils du Community Management
- Savoir créer et animer une communauté
- Définir une stratégie de présence sur le web
- Gérer sa réputation sur internet
- Appliquer concrètement les bonnes pratiques du Community Management
- Définir précisément une stratégie de webmarketing
- Mettre en pratique la méthode EcPaRe
- Maîtriser les outils du Community Manager

PUBLIC , PRE-REQUIS

- Responsable communication, marketing, futurs Community Managers ou toute personne désireuse de développer sa connaissance du monde internet
- Bonnes connaissances du Web et de l'outil informatique Mac ou Pc.

COMPÉTENCES ACQUISES

- Entrer dans la communauté des professionnels du webmarketing
- Participez à une communauté active

MODALITES D'EVALUATION

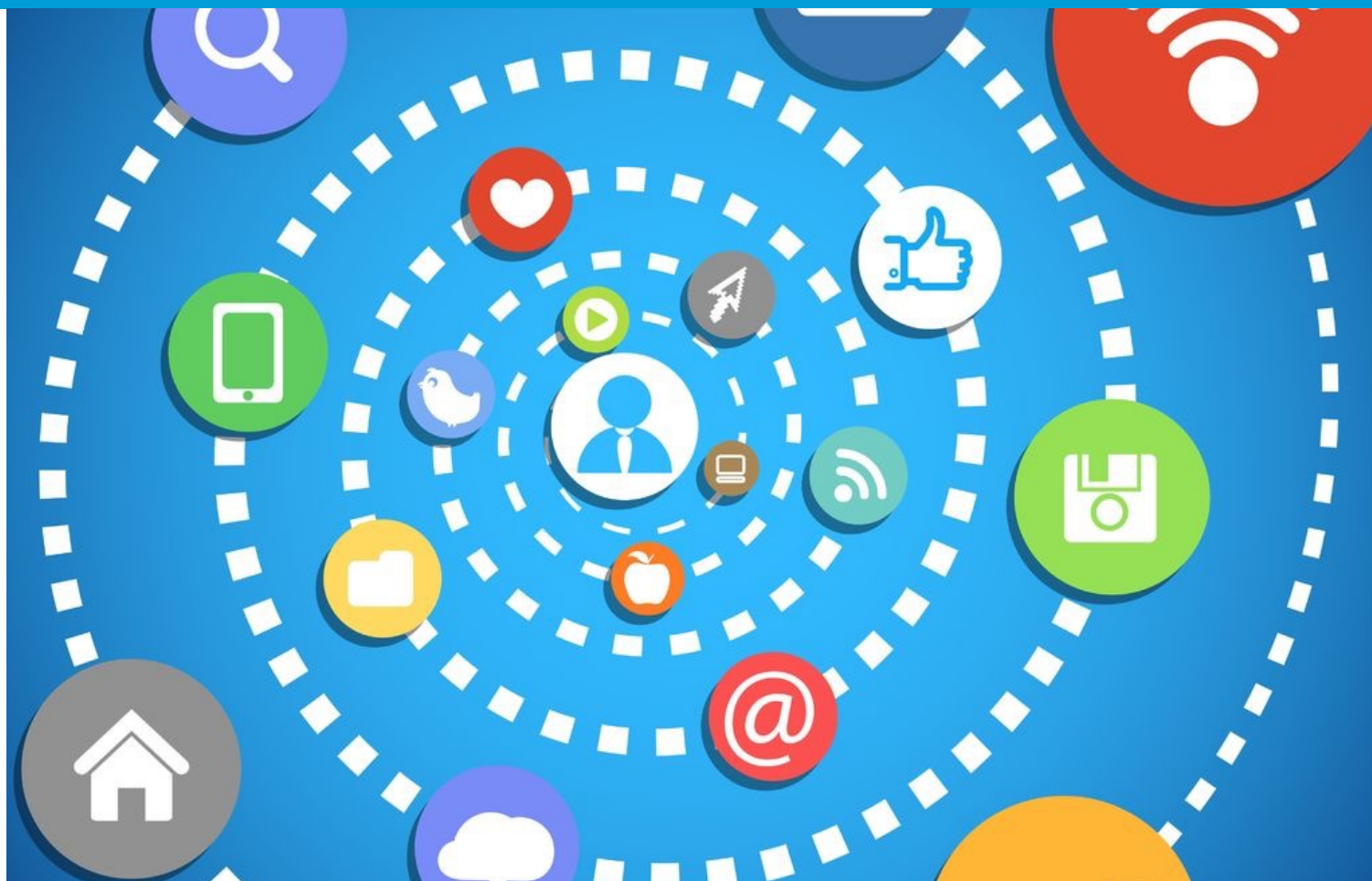
- Contrôle continu des connaissances acquises
- QCM - Projet de fin de stage

PROFIL DU FORMATEUR

Ingénieur marketing et technique de communication

LIEU DU STAGE

Boulogne, Neuilly, sur site, domicile



MOYENS TECHNIQUES

- Ordinateur Mac et PC, systèmes et logiciels divers
- Photoshop - Indesign - Illustrator
- Connection internet

DUREE ET TARIFS

- Session de 20 heures par stagiaire
- Horaires de 14h00 à 18h00
- Groupe de 2 à 5 stagiaires

1 200,00 € H.T. T.v.a. applicable 20 %
soit 1 440,00 T.T.C.

DOCUMENT DELIVRE EN FIN DE STAGE

Attestation de stage

CALENDRIER

[Consulter les dates de session](#)

PROGRAMME DE LA FORMATION

LA STRATÉGIE

- Etat des lieux
- Le Webmarketing
- Chiffres
- Les réseaux sociaux

LA STRATÉGIE DE COMMUNITY MANAGEMENT

- Introduction
- Cible
- Objectif
- Message
- Dispositif
- Exercice pratique

LES COMMUNAUTÉS

- Introduction
- Communautés d'influence
- Communauté de partage
- Communauté de participation
- Exercices pratiques

LES MÉTIERS DU COMMUNITY MANAGEMENT

- Chargé de veille
- Rédacteur web
- Community Manager
- Social Media Manager

ÉCOUTER : COMPRENDRE ET METTRE EN PLACE UNE LOGIQUE DE VEILLE

- Présentation
- Outils de veille en temps réel
- Outils de veille automatisés
- Exercices pratiques
- Les zones sensibles (images maps)

PARLER

- la conception et la diffusion de votre contenu
- Être présent ?

LES BLOGS

- Histoire, chiffres
- Les usages
- Présentation de Tumblr

LES RÉSEAUX SOCIAUX PERSONNELS

- Les utilisateurs
- Présentation de Facebook
- Le compte, la page, le groupe
- La publicité
- Facebook live
- Messenger et les bots

LES RÉSEAUX DE MICRO BLOGGING

- Les utilisateurs
- Présentation de Twitter
- Le compte, le hashtag
- La publicité

LES RÉSEAUX DE MICRO PUBLICATION

- Les utilisateurs
- Présentation de Instagram
- Présentation de Vine
- Présentation de Snapchat

LES RÉSEAUX DE CURATION

- Présentation de Pinterest
- Présentation de Scoop It
- Présentation de Paper.li

LES RÉSEAUX DE PARTAGE

- Présentation de Youtube
- Présentation de FlickrR
- Présentation de SlideShare

LES RÉSEAUX DE NICHES

- Les réseaux professionnels
- Présentation de LinkedIn
- Présentation de Viadeo

L'ANIMATION DE LA COMMUNAUTÉ, COMMENT TENIR LES CONVERSATIONS

- Répondre
- Introduction
- Animer sa communauté
- Gestion d'un bad buzz
- Quelles réponses donner
- Les chartes d'expression

STRATÉGIE

- Retour d'expériences sur les projets de chacun
- Modélisation des stratégies de développement de chacun et pratiques

ÉCOUTER

- Retours d'expérience sur vos outils de veille
- Modélisation de vos structures de veille et pratique

PARLER

- Retour d'expérience sur votre présence sur le web social

- Cartographie de votre dynamique de contenu et pratique

RÉPONDRE

- Combien de temps passez-vous à échanger avec votre communauté ?

- Comment éduquez-vous votre entreprise aux médias sociaux ?

- Créer une charte d'expression dans votre structure

- Définir un processus de gestion d'un bad buzz

- Retour d'expérience sur votre animation de communauté

- Présentation des usages des réseaux sociaux