



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

117, avenue Victor Hugo 92100 Boulogne



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