



COMMUNITY MANAGER : DÉVELOPPER UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR DE SA MARQUE

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1408
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Qu'est que le community management ? Les évolutions des technologies et des usages d'Internet en temps réel.

PROGRAMME

Comprendre le métier de Community Manager

- Contextualisation : appellations, qualités, chiffres clés.
- Rôles, missions et activités.
- Appréhender les enjeux comportementaux des internautes.

Travaux pratiques : Exercice en groupe : Mauvaises et bonnes pratiques à partir d'études de cas variés

Appréhender les médias sociaux

- Historique et fondements .
- Les catégories de medias sociaux : réseaux sociaux, forums, blogs, vidéos....
- Guide d'utilisation des principaux médias sociaux.

Travaux pratiques : Manipulation en groupe, niveau débutant : Facebook (page), Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn (page)

Pourquoi développer une stratégie communautaire web ?

- Les facteurs principaux conduisant une structure à opter pour une stratégie communautaire web.
- Les objectifs; Poser les cadres d'un projet.

Méthodologie au développement d'une stratégie digitale

- Penser utilisateurs : Trois étapes communautaires.
- Cibles : Établir une cartographie.
- Influenceurs et leaders d'opinion : Comprendre les besoins des blogueurs.
- Pourquoi contacter les blogueurs?.
- Comment trouver des blogueurs influents? Créer une fiche type des "personas".

Penser les ressources

- Ressources économique et humaine.
- Le temps.
- Le budget.

Définir un plan d'action : Les questions de base

- Comment décliner de manière opérationnelle des objectifs?.
- Où vais-je dialoguer ?.
- Comment exploiter les contributions des utilisateurs ?.
- Comment évaluer l'efficacité de la stratégie ?.
- Quel cadre donner à une stratégie ?.



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre le métier de Community Manager Cerner les enjeux des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication Cerner les médias sociaux Savoir manipuler la base des réseaux sociaux

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Community managers en prise de fonction, chefs de projet Web, chargés de communication Responsables de communication, responsables marketing, attachés de presse

PRÉREQUIS

Aucun

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte