

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSOLETTTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme de formation

MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT

But de la formation

- Comprendre les spécificités des différents réseaux sociaux et leurs avantages pour sa marque et son entreprise
- Réaliser ses premiers pas dans la fonction de Community Manager
- Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
- Découvrir les outils de mesures et de social media management

Pré-requis

Maîtriser l'outil informatique (bureautique et Internet).

Type de public

Chargé / Chef de communication / marketing / relations publiques / web.
Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

Sanction de la formation

Attestation de formation.

Méthodes pédagogiques

Exercices pratiques, approfondissement des fonctionnalités des réseaux sociaux et d'un outil de social media management, définition d'un plan stratégique et opérationnel.

Durée

14 heures (2 jours).

ESIC

Programme

ý Les différents types de réseaux sociaux

- Les grands usages des réseaux sociaux et les nouvelles tendances.
- Les bénéfiques, les finalités et les applications métiers.
- Quels réseaux sociaux intégrer dans sa stratégie de présence ?

Pratique : Comment valoriser sa marque sur les réseaux sociaux. Etat des lieux de sa présence et de son utilisation.

ý Réussir sa stratégie sociale media

- Une méthodologie pour définir sa stratégie.
- Identifier ses cibles et ses usages.
- Identifier ses leviers : une stratégie de sélection.
- Les impacts sur l'organisation : les nouveaux rôles (Community Manager, CDO...).
- Adapter son organisation et ses métiers.

Pratique : Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux.

ý Le Community Management

- Définition et rôles.
- Les chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
- Le respect de la charte pour maintenir l'objectif et la cohésion de la communauté.
- Identifier les obstacles et les opportunités de mise en œuvre de ses actions sur les réseaux sociaux.

Pratique : Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : identifier les obstacles. Revue d'exemples de chartes.

ý Stratégie d'influence

- Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- De la communication à la conversation. Le risque d'info-bésité.
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.
- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise.
- Animer sa communauté.
- Quelle place pour le blog d'entreprise ?
- L'évolution vers des plateformes de contenus.
- Les outils du Community Manager : créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production.

Pratique : Approfondir les fonctionnalités d'administration d'une page Facebook. Découverte et pratique de solutions de Social Media Management.

ý Evaluer le ROI et la performance de ses actions

- Return on Investment (ROI) versus Return on Attention (ROA).
- 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.
- Optimiser sa veille grâce à Twitter.
- Les solutions professionnelles de veille et de mesure d'engagement.

Pratique : Découverte des statistiques (Twitter, Instagram et Pinterest). Découvrir les hashtags efficaces pour son activité et les influenceurs. Créer son tableau de bord de veille. Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : définir les mesures adaptées à son plan stratégique.