

Dernière mise à jour : mars 2020

PRÉREQUIS

Maîtriser l'informatique et avoir une bonne pratique d'Internet

DURÉE / LIEU

4 jours (28 heures) – AMG Informatique

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- ✓ Support de cours numériques, exercices applicatifs, assistance téléphonique et courrielle post-formation.
- ✓ Formation animée par un/e intervenant/e spécialisé/e de la formation pour adulte.
- ✓ Moyens matériels : poste de travail individuel en réseau, imprimante couleur partagée, connexion Internet, accès WIFI gratuit.
- ✓ Locaux : salle de formation climatisée, salle de pause avec boissons chaudes et froides à disposition gratuitement.

OBJECTIFS ET PUBLIC CONCERNÉ

- ✓ Réussir ses premiers pas dans la fonction de Community Manager
- ✓ Utiliser les leviers d'influence sur Internet
- ✓ Animer une communauté en ligne
- ✓ Organiser la communication autour de produits ou de services en exploitant les réseaux sociaux

ÉVALUATION DES ACQUIS

- ✓ Exercices et travaux pratiques applicatifs.
- ✓ Exercices de validation des connaissances.

PROGRAMME

IDENTIFIER LA PLACE ET SES MISSIONS

- Profil et compétences d'un Community Manager
- Utiliser les outils collaboratifs/réseaux sociaux
- Les outils quotidiens du Community Manager
- Ce qui est attendu d'un Community Manager

ÉCOUTER LES COMMUNAUTÉS SUR LE WEB

- Évaluer son image auprès des communautés
- Monter un dispositif de veille sur Internet
- Analyser les flux d'information

ANIMER UNE COMMUNAUTÉ

- Définir process et règles éditoriales
- Connaître les codes d'écriture sur Internet
- Établir une stratégie cross-média

COMMUNITY MANAGER : ÊTRE PRÉSENT SUR FACEBOOK

- Intervenir sur les fan pages
- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Suivre les évolutions et les nouvelles fonctionnalités

CRÉER ET EXPLOITER UN PROFIL TWITTER

- Créer un profil de marque
- Le codes de communication Twitter
- Créer une page officielle sur Twitter
- Acquérir des followers

ÉTENDRE UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Les nouveaux réseaux sociaux
- Lancer une campagne 360°
- Relayer des actions sur Internet par des événements IRL (In the Real Life)

COMMUNITY MANAGER : APPROCHER LES BLOGUEURS

- Se familiariser avec l'économie des blogs
- Utiliser les relations Press Online

GÉRER UNE CRISE ET LA E-RÉPUTATION

- Les réactions des communautés en situation de crise
- Jouer la transparence et miser sur la réactivité
- Outils et méthodes pour se préparer et anticiper les crises

METTRE EN PLACE UNE OPÉRATION D'INFLUENCE

- Définir les axes de discussion
- Les supports de la campagne d'influence
- La mesure de l'influence et les retombées