Community Management : valoriser la marque et l'offre de votre entreprise par les médias sociaux

Durée : 3 jours.

Public :

Responsables communication, community managers, responsables marketing, entrepreneurs. Derniere MAJ : Avril 2024

Objectifs :

Savoir utiliser les principaux outils de communication du community manager : CMS, Blog, réseaux sociaux, outils collaboratifs 2.0.

Pré-requis :

Connaître les bases du fonctionnement du web.

Méthodes :

Apports théoriques et mise en pratique des apports théoriques en direct. Etudes de cas concrets et présentation de la palette des outils du community manager.

Evaluation :

L?évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Derniere MAJ : Avril 2024

Le Community Manager et son environnement

Emergence des médias sociaux : nouveaux points de contacts, nouvelles attentes

Des espaces relationnels, des communautés actives des contenus de marque à diffuser

Panorama des réseaux et des campagnes préférées des CM

La fonction de CM : objectifs et résultats attendus

Construction de la stratégie : ciblage, choix créatifs et média, mesure des actions

Quels leviers de communication utiliser pour booster sa communication ?

Choix des outils appropriés à son activité

Définition de ses besoins, de ses enjeux

Élaboration d'une matrice de décision

Faire une préconisation, prendre la décision

Les techniques d'animation d'une communauté

Les bonnes pratiques d'animation d'une communauté

Organisation des espaces de publication

Gestion de la veille, de la visibilité

Établir une stratégie cross-média

Facebook Viadeo LinkedIn Twitter Instagram

Présentation des différents réseaux sociaux

Le rôle du community manager, ses leviers et ses contenus privilégiés

Campagnes, maîtriser l'Ads Manager de Facebook

Résultat, analyse et KPIs, mesurer vos actions

Gestion des profils personnels, des groupes et des pages : fonctionnalités & usages business et RH

Analyse constructive des profils Viadeo et LinkedIn des participants

Comment aligner ces usages sur la stratégie d'entreprise : vers une Charte entreprise

Etendre une communauté sur les réseaux sociaux

Les nouveaux réseaux sociaux

Lancer une campagne 360°

Relayer les actions sur Internet par des évènements IRL (in the real life)

Les Blogs et autres médias sociaux

Blog : état de l'art des pratiques

Usages professionnels, quelles stratégies possibles

Bonnes pratiques pour créer, animer, promouvoir son blog

Les autres médias sociaux :

Vidéo : Youtube / Photos : Flickr/ Pinterest / Slides : Slideshare

Comment gérer la communication : buzz, bad buzz et e-réputation

Introduction aux notions de buzz et d'e-réputation

Le rôle des médias sociaux dans le buzz et la réputation en ligne

Relations publiques et presse avec les blogs et journalistes en ligne

Savoir communiquer sur les réseaux sociaux : best practices

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 des retombées

Modalités d'accès : Adeos valide avec le candidat, qu'il possède bien les compétences et les prérequis nécessaires au suivi de la formation.
Délais d'accès : Nous contacter.
Accessibilité aux personnes handicapées : Nos locaux sont aux normes d'accueil pour les PMR, pour les autres handicaps nous contacter afin de pouvoir adapter la formation ou bien vous orienter vers un organisme partenaire.

adeos FORMATIONS
contact@adeos-formations.com
T : 04 69 64 72 07
www.adeos-formations.com