

Objectifs :

Comprendre les tenants et les aboutissants du paysage social media
Connaître les principaux médias sociaux et en comprendre les différentes fonctionnalités
Comprendre le rôle et les missions du Community Manager
Savoir élaborer et déployer une stratégie sociale media
Savoir organiser les différentes activités du Community Manager
Maîtriser les différentes stratégies pour un community management efficace

Public concerné et prérequis :

Cette formation nécessite :
d'être sensibilisé(e) à l'utilisation des médias sociaux (à titre personnel et/ou professionnel)
Elle s'adresse aux chargés de communication, assistants marketing/communication, Community managers en fonction ou prise de fonction
de comprendre l'intérêt d'être présent sur les médias sociaux
d'avoir connaissance de la stratégie globale de communication de sa marque/entreprise
Elle s'adresse aux chargés de communication, assistants marketing/communication, Community managers en fonction ou prise de fonction

Qualification des intervenants :

Formation animée par un consultant spécialisé

Moyens pédagogiques et techniques :

Vidéo-projecteur, Paper-board
Evaluation pratique avant la formation et au début de la formation pour confirmer le niveau des participants
Apports théoriques, Exercices tout au long de la formation,
Un ordinateur par participant fourni par le centre
Support de cours

Durée, effectifs :

21 heures.
8 stagiaires.

Programme :

LE PAYSAGE SOCIAL MEDIA

Evolution du web social

Les enjeux des nouveaux médias

Les chiffres 2021 dans le monde et en France

Quelle différence entre réseaux sociaux et médias sociaux ?

Tour d'horizon des médias sociaux

L'importance des médias sociaux de niche

LES PRINCIPAUX MÉDIAS SOCIAUX ET LEURS FONCTIONNALITÉS

Facebook

Twitter

LinkedIn

Instagram

Pinterest

SnapChat

LE MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER

Les différentes casquettes du Community Manager

Les qualités humaines du Community Manager

Les champs d'actions du Community Manager

Un métier en constante évolution

Apprendre à mettre à profit ses compétences de Community Manager avec les autres services de l'entreprise : marketing, communication, RP..

Deuxième jour

DÉFINIR UNE STRATÉGIE SOCIAL MEDIA

Avant de vous lancer : état des lieux de la présence digitale de votre marque/entreprise

Faire le bilan : bonnes pratiques, points à améliorer...

Cohérence entre la stratégie de communication globale de la marque/entreprise et la stratégie social media

Quels médias (s) média(s) pour quel(s) public(s) cible et quel(s) objectif(s) ?

Définir votre stratégie social media (selon la méthode QQOQCP)

Focus sur la sponsorisation de contenu sur les principales plateformes

Déterminer les objectifs qui en découlent (définition des KPIs)

Construire sa feuille de route

ORGANISER SON ACTIVITÉ SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

L'importance du calendrier éditorial

L'importance de la veille

Mise en place d'outils concrets et d'une bonne méthodologie

Modalités d'évaluation des acquis :

Evaluation tout au long de la formation

Evaluation en fin de formation sur l'atteinte des objectifs

Evaluation à froid de 15 jours à 2 mois après la fin de la formation

Sanction visée :

Une attestation de stage sera remise à chaque participant.

Matériel nécessaire pour suivre la formation :

Délais moyens pour accéder à la formation :

Inscription au plus tard 15 jours avant le démarrage de l'action

Accessibilité aux personnes à mobilité réduite : Oui

OUI

Tarif :

740,00 €

Taux de satisfaction de la formation :

88.03