

**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 QQQCP)

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