Formation Réseaux Sociaux Expert : Stratégies pour Community Manager

Durée :	1 jours (7 heures)
Tarif :	995,00 € (standard) 796,00 € (remisé)
Public :	Responsable de communication, réseaux sociaux
Pré-requis :	Maîtrise de base du web et connaissance minimale des réseaux sociaux
Objectifs :	Savoir gérer la communication d'entreprise sur les réseaux sociaux, comprendre les risques et leviers
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence:	E-M590-F
Note de satisfaction des participants:	4,79 / 5

Introduction

Evolution du Web
Stratégies des marques et E-Reputation

Présentation des principaux réseaux sociaux

Twitter
Facebook
Linkedin Les autres réseaux sociaux : YouTube, Snapchat etc.

Présentation du Community Manager

Définition des tâches du Community Manager
Qualification du Community Manager
Risques auxquels le Community Manager sera confronté
Choisir son Community Manager : les qualités à avoir

Préparer sa communication sur les réseaux sociaux

Bien connaître l'entreprise et ses produits ou services
Bien connaître les fonctions au sein de l'entreprise
Définir le ton à adopter
Choisir les thèmes
Analyser la concurrence
Identifier les attentes de ses suiveurs
Rédiger un tableau de risques et situations
Planifier les tâches

Atelier : sur une thématique donnée, analyser les actions de la concurrenceet établir le tableau de risques et situations

Activités du Community Manager

Tâches quotidiennes
Recensement de contenus
Lecture des posts
Rédaction de contenus
Créer et fidéliser une communauté autour de sa marque
Gestion de crise

Evaluer la politique réseau social

Mesurer les activités
Evaluer les dépenses
Calculer le ROI
Déterminer les avantages immatériels

Promotion des réseaux sociaux d'entreprises, buzz et évenementiels

Organiser des buzz ou événements
Coupler les supports
Diffuser les buzz ou événements
Analyser les résultats

Méthodologie

Définir sa cible
Déterminer ses objectifs
Choisir les supports
Définir les actions de promotion
Déterminer et rédiger les contenus
Choisir les fréquences de communication et les dates/heures à privilégier
Créer un planning

Etablir son tableau des risques et situations
Installer des outils de mesure
Mettre en oeuvre les actions
Développer sa communauté
Renouveler sa présence et ses actions de promotion
Evaluer les résultats

Atelier : mise en oeuvre de la méthodologie pour sa propre activité

Conclusion

Facteurs clefs de succès : qualités essentielles du Community manager
Questions / Réponses