ANIMER SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

REF **O-ACRS**

- ***Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux***
- ***Définir une ligne éditoriale, créer et gérer des contenus***
- ***Animer et fédérer une communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise***
- ***Découvrir les indicateurs et outils de mesures et de Social Media Management***
- ***Anticiper et gérer les situations de crise***

2

Prix : 1410€ / HT

OUTILS PÉDAGOGIQUES

PUBLIC VISÉ

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, Web… et toute personne amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

MODALITÉS DE FINANCEMENT

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

ACCESSIBILITÉ

LES POINTS FORTS DE LA FORMATION

PRÉ-REQUIS

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet… Connaissance des principaux réseaux sociaux.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

ATTESTATION OBTENUE

EFFECTIF DE LA FORMATION

CERTIFICATION

MODALITÉ PÉDAGOGIQUE

Cours dispensé en mode présentiel avec une alternance d'apports théoriques et méthodologiques, et de mises en situations pratiques

PROCHAINES SESSIONS

Nous consulter

PROGRAMMES DE ANIMER SA COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Elaborer une stratégie Social Media

- Rappels des principes fondateurs des réseaux sociaux.
- Identifier les impacts de l'e-réputation sur la marque.
- Passer de l'e-réputation au e-lobbying.
- Appréhender une méthodologie pour définir sa stratégie.
- Identifier ses cibles et ses usages : la méthode des personas.
- Identifier ses leviers : une stratégie de sélection.
- Adapter son organisation et ses métiers.

Gérer une communauté

- Mettre en place une stratégie de communication multicanale.
- Passer de la communication à la conversation.
- Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.

- Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise.
- Savoir modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
- Animer sa communauté.
- Evoluer vers des plateformes de contenus.

Créer et optimiser ses contenus

- Les outils du Community Manager : créer des contenus et des visuels, améliorer son organisation et sa production.
- Maîtriser le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
- Diffuser des contenus exclusifs et adaptés.
- Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
- Mieux twitter : usages, bonnes pratiques et règles de prudence…
- Savoir gérer l'impact des algorithmes avec le Social Advertising.
- Optimiser sa page Facebook avec des applications tierces, monétiser son offre avec le Social Commerce.
- Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.

Evaluer ses performances

- Connaître les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
- Distinguer Return on Investment (ROI) et Return on Attention (ROA).
- Les outils de statistiques pour Facebook, Twitter et Instagram.

Gérer une situation de crise

- Identifier les différentes typologies de crise.
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par Internet.
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation.
- Préparer et former son organisation à la gestion de crise.
- Gérer les critiques : bonnes pratiques et erreurs à éviter.