

COMMUNITY MANAGEMENT

Durée horaire	24 heures
Public cible	Community Manager, Responsable de communication, Responsable marketing, Chef de projet Web, Webmaster et toute personne désirant s'informer et se familiariser avec les outils du Web 2.0 ...
Tarif	Nous consulter
Nb de participant	Groupe de 13 à 18 personnes

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie webmarketing, dans le développement des compétences au sein d'une entreprise.
- Acquérir un savoir-faire opérationnel pour créer et gérer une communauté sur le web

MÉTHODOLOGIE

- Pédagogie interactive et participative
- Partage d'expérience, échanges entre les participants et formateurs
- Étude de cas pratiques en atelier

PROGRAMME

LA BOÎTE A OUTILS DU COMMUNITY MANAGER

- Les connaissances métier d'un Community Manager
- La maîtrise de l'organisation : ligne éditoriale, lecture, relecture
- Analyse des contenus et de leur impact
- Hootsuite : Monitorer, programmer ses publications, tableaux de bord...
- Outils collaboratifs
- Agenda et Alerte aux bad buzz

BIEN CHOISIR SES OUTILS POUR LE SMO

- Utiliser les réseaux sociaux au profit de sa communauté
- Créer, construire, animer et développer sa communauté
- Définir sa stratégie communautaire.
- Écouter sa communauté : mettre en place une veille active.
- Choisir les médias sociaux où s'exprime sa communauté.
- Sélectionner les plateformes et optimiser sa présence sur celles-ci.
- Identifier les blogs et bloggeurs influents.

SUIVI ET ÉVALUATION

Évaluation en fin de formation