

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