



PRE-REQUIS

Il est nécessaire d'être initié à l'utilisation d'un ordinateur et maîtriser internet et les fonctionnalités des sites web.



PUBLIC CONCERNES

Cette formation s'adresse à tout public.



DELAIS D'ACCES

Les dates sont à convenir directement avec le centre ou le formateur. Les formations sont disponibles toute l'année en présentiel et/ou distanciel.



MODALITES D'ACCES

L'accès à nos formations peut être initié, soit par un particulier, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier. Votre CPF est mobilisable pour certaines de nos formations. Les demandeurs d'emploi peuvent aussi avoir accès à nos formations. N'hésitez pas à prendre contact avec nous.



REFERENCES REGLEMENTAIRE

Les conditions générales de vente et le règlement intérieur sont consultables sur notre site internet.



ACCESSIBILITE :

Les personnes en situation d'handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.



CONTACT :

Du lundi au vendredi de 9h à 18h.

Tel : 09 83 23 17 65

contact@envogueformation.com

PROGRAMME COMMUNITY MANAGER



21 heures



Cf. Convocation



1 à 8 personnes



2100 €



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Les participants doivent être capable de :

- Découvrir les fonctionnalités des réseaux sociaux et leurs algorithmes
- Comprendre les enjeux des médias sociaux
- Définir une stratégie pour construire et développer sa communauté
- D'acquérir les leviers pour proposer une stratégie de communication sur les médias sociaux



MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

Un intervenant qualifié accompagne les participants pendant toute la durée de la formation. Nous mettons à disposition des ordinateurs, salle de réunion, une imprimante, des supports de cours et un accompagnement informatique :

- Présentation et étude de cas
- Exercices et applications sur des cas concrets
- Participation active
- La pédagogie est adaptée aux adultes



MODALITES D'EVALUATION

- Test d'entrée en formation
- Feuille de présence
- Évaluation des acquis du stagiaire par mises en situation
- Questionnaire de satisfaction
- Certificat de réalisation

CONTENU DE LA FORMATION

❖ **INTRODUCTION**

- Pourquoi faire du Community management ?
- Les rôles du Community manager
- Les qualités du Community manager
- Les outils du Community manager

❖ **LES FONCTIONNALITES ET USAGES DES PRINCIPAUX RESEAUX SOCIAUX**

- Facebook : l'incontournable média social
- Twitter : toucher les influenceurs
- YouTube : transmettre votre savoir et votre histoire
- Instagram : se construire une image
- LinkedIn : générer des leads BtoB
- Les autres réseaux : Pinterest, TikTok, Snapchat

❖ **LES ALGORITHMES**

- Qu'est-ce qu'un algorithme ?
- Pourquoi est-il nécessaire de comprendre les algorithmes ?
- Facebook & son algorithme
- Instagram & son algorithme
- Twitter & son algorithme
- LinkedIn & son algorithme
- YouTube & son algorithme
- Snapchat & son algorithme
- TikTok & son algorithme

❖ **CONCEVOIR UNE STRATEGIE MEDIAS SOCIAUX**

- Qu'est-ce qu'une stratégie médias sociaux ?
- Structurer un diagnostic médias sociaux (SWOT)
- Les 4 types de stratégie Social Média :
SELLING/NETWORKING/LISTENING/INFLUENCING
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page LinkedIn, chaîne YouTube...
- Définir ses tableaux de bords
- Gouvernance et chaire des médias sociaux

❖ **DETERMINER VOTRE AUDIENCE SUR LES RESEAUX SOCIAUX**

- Qui est ma cible ?
- Définir des personas
- Pourquoi définir des personas ?
- Comment construire un personas
- Savoir identifier les mauvais personas

❖ ANIMER EFFICACEMENT LES PRINCIPAUX MEDIAS SOCIAUX

- Animer une page Facebook : facteurs clés de succès
- Comment optimiser l'engagement sur un compte Twitter
- Animer une page entreprise sur LinkedIn
- Créer et animer un compte Instagram
- Optimiser le SEO de sa chaîne YouTube
- Utiliser le Picture marketing : Pinterest, Instagram, Snapchat

❖ MESURER ET ANALYSER LES RESULTATS

- La visibilité
- L'acquisition
- La recommandation
- L'engagement
- La tonalité du message

❖ LE SMM (SOCIAL MEDIA MONITORING)

- Qu'est-ce que le social media monitoring ?
- 6 raisons de faire du social media monitoring
- Qu'est-ce que le benchmarking ?
- La veille concurrentielle
- La e-réputation
- Comment se créer une réputation sur les réseaux sociaux ?
- Exemple d'une mauvaise gestion de e-réputation
- Les outils pour effectuer le social media monitoring

❖ LE SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) ET SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

- Qu'est-ce que le SEO ?
- Qu'est-ce que le SEA ?
- Comment faire du SEO ?
- 10 étapes pour améliorer votre référencement naturel
- Concrètement, comment se passe le SEO ?
- Qu'est-ce que le SMO ?
- Pourquoi et comment faire du SMO ?