

COMMUNITY MANAGER

REF : MARKETING
DURÉE : 2 JOURS (14H)
TARIF INTRA : 1600€ HT



OBJECTIFS :

- Découvrir le paysage actuel des différents réseaux sociaux.
- Définir une stratégie sociale pertinente et performante
- Définir un planning de billets pour maintenir sa communauté active.
- Adapter son contenu en fonction des différents réseaux sociaux.
- Savoir engager, développer sa communauté et gérer de façon pertinente une crise.

PUBLIC : Tout public

PRÉREQUIS : Être à l'aise avec l'outil informatique

FORMATEUR : Consultante webmarketing freelance

MOYENS PÉDAGOGIQUES : Ordinateurs Mac ou PC mis à disposition et accès internet. Clé USB 8Go offerte avec support de cours numérique.

ÉVALUATION : En cours de formation par le formateur et en fin de formation via un atelier de mise en pratique et bilan.

5 personnes maximum par stage.

PRÉSENTATION

Définition du rôle de community manager
Enjeux actuels des réseaux sociaux
L'e-réputation

ÉTABLIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Définir ses objectifs
Mettre en place des outils de veille et de mesures d'e-réputation
Les différents réseaux sociaux et leurs spécificités (Facebook, Twitter et autres réseaux professionnels)
L'univers des blogs et autres influenceurs
Définir un process et des règles éditoriales

TWITTER POUR LES PROS

« Twitter » avec stratégie
Gagner de nouveaux abonnés (Followers)
Gérer ses abonnements (Following)
Rechercher des opportunités
Les clients Twitter, les « raccourcisseurs » d'URL

FACEBOOK POUR LES PROS

Renseigner son profil Facebook
Les pages FB et leurs fans
Éditer du contenu, lier le contenu web à la page FB
Ajouter des applications
Promotion de la page FB : évènements, bannières et éléments graphiques
Mettre en place une campagne publicitaire
Mesure du trafic

ANIMER ET DÉVELOPPER SA COMMUNAUTÉ

Monter une opération d'influence
Impliquer la communauté dans sa stratégie marketing
Créer une expérience produit (par le biais de jeux, concours, avis sur les nouveaux produits)
Lancer une campagne 360° (cross média)
Relayer ses actions web en IRL (vie réelle)

OPTIMISER SA STRATÉGIE DE DIALOGUE ET DE MODÉRATION

Liberté de ton en regard des valeurs de la marque
Gérer les discussions
Quelle attitude adopter face à un « troll » ?

GESTION DE CRISE

Éviter l'effet Streisand
Gérer les crises ponctuelles
Les bons réflexes à adopter en cas de crise
Exemples de mauvaise et de bonne gestion
Outils et méthodes pour anticiper ce type de situation

MESURER L'IMPACT DE SA COMMUNICATION COMMUNAUTAIRE

Connaitre les indicateurs clés et outils de mesure du ROI
Analyser son taux de transformation

QUELQUES OUTILS UTILES

Présentation de logiciels sur Mac ou PC (gratuits et payants)
Applications mobiles (iPhone, iPad, Android,Blackberry)

