



Formation Les fondamentaux du Community Management

Durée : 14 heures
relation client

Certification : BTS négociation et digitalisation de la

Prix : 1650

Référence : 2101545

Catégorie	RH
Sous-catégorie	Assistanat de Direction
Pour qui ?	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.
Prérequis	Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...
Objectifs pédagogiques	<p>Identifier les enjeux du Community Management et en comprendre les principes</p> <p>Identifier les rôles et les missions du Community Manager</p> <p>Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social</p> <p>Connaître les différents réseaux sociaux, leurs fonctionnements et usages</p> <p>Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux, en particulier Facebook et Twitter</p> <p>Connaître les principaux outils de gestion des réseaux sociaux</p>
Contenu de la formation	<p>Comprendre le Web social et les enjeux du Community Management</p> <p>Comprendre la mutation des modes de communication sur le Web.</p> <p>Identifier les principaux leviers du Web social : réseaux sociaux, blogs, réseaux sociaux propriétaires...</p> <p>Découvrir les usages collaboratifs.</p> <p>Définir le Community Management.</p>

<p>Identifier les enjeux du Community Management pour son entreprise. Travaux pratiques Echanges collectifs et retours d'expériences.</p> <p>Identifier les rôles et les missions du Community Manager Définir les rôles du Community Manager. Elaborer des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux. Maintenir la cohésion de la communauté. Identifier les obstacles et les opportunités de mise en œuvre de ses actions sur les réseaux sociaux. Travaux pratiques Revue d'exemples de chartes internes et externes.</p> <p>Connaître les différents types de réseaux sociaux Identifier les grands usages des réseaux sociaux et les nouvelles tendances. Comprendre leurs bénéfices, finalités et les applications métiers. Déterminer quels réseaux sociaux intégrer dans sa stratégie de présence. Travaux pratiques Faire un état des lieux de sa présence sur les réseaux sociaux.</p> <p>Focus sur Facebook et Twitter Cerner les enjeux de Facebook pour la communication d'entreprise. Comprendre le potentiel de Facebook et ses principes de fonctionnement : Post, Like, Partage... Déterminer le modèle : profil, groupe ou page. Connaître les spécificités et impacts de Twitter. Le vocabulaire : followers, hashtags... Travaux pratiques Benchmarking des concurrents sur Facebook et Twitter.</p> <p>Gérer une page Facebook Créer et personnaliser sa page.</p>

	<p>Gérer la diffusion de ses publications. Utiliser les fonctionnalités avancées. Travaux pratiques Création et personnalisation de sa page Facebook, programmation de publications.</p> <p>Gérer un compte Twitter Connaître les principales fonctionnalités, les règles d'or et les bons usages de Twitter. Appréhender La composition d'un tweet : format, symboles, raccourcis... Personnaliser son profil Twitter. Optimiser la diffusion de ses tweets. Découvrir les plateformes de Social Media Management. Travaux pratiques Apprendre à tweeter. Personnaliser son profil. Pratique de Hootsuite pour la gestion de profils et la publication de contenus.</p> <p>Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités Se rendre visible sur LinkedIn : construire et gérer son réseau de contacts, créer un groupe de discussion. Partager des photos et des vidéos : Flickr, Pinterest, Instagram... Partager des vidéos : Youtube, Dailymotion, Vimeo... Partager des présentations : Slideshare... Utiliser des outils de curation : Scoop.It, Paper.li Démonstration Prise en main des fonctions principales de différentes plateformes.</p>
Suite de parcours possible	Fonctions et processus Achat Assistant(e) Achat
Éligible au CPF	

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région



CONTACTS



IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux



01 80 88 44 55



administration@iffp.pro