

FORMATION

COMMUNITY MANAGER

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Assurer des missions de Community manager : présence de la marque et visibilité.
- Animer des espaces médias sociaux.
- Veiller et surveiller l'e-réputation de l'entreprise

DUREE DE LA FORMATION

2 Jours / 14 Heures

PUBLIC

Personne souhaitant Maitriser les outils du Community Manager

PRE-REQUIS

Avoir de bonnes connaissances sur Internet et un usage régulier de l'ordinateur

METHODES PEDAGOGIQUES

Énoncés théoriques et pratiques

Exercices d'application sur poste informatique

Support de cours formation

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quizz en salle

EVALUATION FORMATIVE

Une feuille d'évaluation de compétences est remise à chaque stagiaire leur permettant d'évaluer leurs acquis.

Une deuxième évaluation permet d'évaluer les modalités pédagogiques et le contenu de la formation, de mesurer le degré de satisfaction à chaud du stagiaire pour adapter les formations suivantes aux besoins spécifiques des participants

DOCUMENTS ET SUPPORTS POUR LES STAGIAIRES

Il sera remis à chaque stagiaire une attestation de formation, à l'issue de la session.

Chaque stagiaire reçoit des fiches comprenant :

- les principales notions théoriques abordées.
- la feuille d'évaluation de fin de session.

ENCADREMENT PEDAGOGIQUE

La formation est animée par des formateurs spécialisés

ACCESSIBILITE

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Les aspects, l'accessibilité et le type de handicap au regard des modalités d'accompagnement pédagogiques sont à évoquer impérativement au cours de l'entretien préalable à toute contractualisation afin de pouvoir orienter ou accompagner au mieux les personnes en situation de handicap.

TARIF : Sur Demande

PROGRAMME

JOUR 1

- **Créer, diffuser et relayer du contenu sur les réseaux, le blog ou le site de la marque.**
- **Rédiger des articles pertinents et attractifs.**
- **Recenser les communautés existantes, les blogueurs, influenceurs et tous les sites ou forums en rapport avec l'entreprise ou son activité.**
- **Animer et modérer les échanges et les conversations entre membres d'une communauté.**
- **Choisir les bons supports et les bons réseaux pour assurer la présence de la marque et accroître sa visibilité et sa notoriété.**
- **Veiller et surveiller l'e-réputation de l'entreprise, de ses produits ou services et des dirigeants, pratiquer le « benchmarking » ou effectuer une veille concurrentielle.**
- **Gérer les situations de crise, bad buzz.**

JOUR 2

- **Assurer une relation client de premier niveau.**
- **Gestion de SAV.**
Elaboration de la ligne éditoriale
- **Charte de modération**
- **Guide d'utilisation des médias sociaux en interne.**
- **Organisation des événements sur internet et dans le monde physique pour les membres de la communauté**
- **Analyser le suivi de ses actions de Community manager et évaluer le retour sur investissement ROI avec les bons outils.**
- **Transformer les meilleurs clients en ambassadeurs de la marque pour en faire des relais d'information et fidéliser les autres membres.**