

Formation Réseaux Sociaux Expert : Stratégies pour Community Manager

■ Durée :	1 jours (7 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	995,00 CHF HT (standard) 796,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Responsable de communication, réseaux sociaux
■ Pré-requis :	Maîtrise de base du web et connaissance minimale des réseaux sociaux
■ Objectifs :	Savoir gérer la communication d'entreprise sur les réseaux sociaux, comprendre les risques et leviers
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR590-F
■ Note de satisfaction des participants:	4,79 / 5
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Evolution du Web

Stratégies des marques et E-Reputation

Présentation des principaux réseaux sociaux

Twitter

Facebook

Linkedin Les autres réseaux sociaux : YouTube, Snapchat etc.

Présentation du Community Manager

Définition des tâches du Community Manager

Qualification du Community Manager

Risques auxquels le Community Manager sera confronté

Choisir son Community Manager : les qualités à avoir

Préparer sa communication sur les réseaux sociaux

Bien connaître l'entreprise et ses produits ou services

Bien connaître les fonctions au sein de l'entreprise

Définir le ton à adopter

Choisir les thèmes

Analyser la concurrence

Identifier les attentes de ses suiveurs

Rédiger un tableau de risques et situations

Planifier les tâches

Atelier : sur une thématique donnée, analyser les actions de la concurrence et établir le tableau de risques et situations

Activités du Community Manager

Tâches quotidiennes

Recensement de contenus

Lecture des posts

Rédaction de contenus

Créer et fidéliser une communauté autour de sa marque

Gestion de crise

Evaluer la politique réseau social

Mesurer les activités

Evaluer les dépenses

Calculer le ROI

Déterminer les avantages immatériels

Promotion des réseaux sociaux d'entreprises, buzz et événementiels

Organiser des buzz ou événements

Coupler les supports

Diffuser les buzz ou événements

Analyser les résultats

Méthodologie

Définir sa cible

Déterminer ses objectifs

Choisir les supports

Définir les actions de promotion

Déterminer et rédiger les contenus

Choisir les fréquences de communication et les dates/heures à privilégier

Créer un planning

Etablir son tableau des risques et situations

Installer des outils de mesure

Mettre en oeuvre les actions

Développer sa communauté

Renouveler sa présence et ses actions de promotion

Evaluer les résultats

Atelier : mise en oeuvre de la méthodologie pour sa propre activité

Conclusion

Facteurs clefs de succès : qualités essentielles du Community manager

Questions / Réponses