

# FORMATION Social media et community management

Ne pas exister sur Internet aujourd'hui signifie ne pas exister. Cette formation est destinée à vous apprendre les mécanismes pour gérer votre réputation numérique et ainsi gagner des parts de marché en établissant une stratégie numérique faite pour votre business. Mêlant 30% de théorie à 70% de pratique, vous serez en mesure à la fin de la formation d'avoir une présence performante sur Internet en terme de référencement, de contenu, de réseaux sociaux et autres.

## A. Prérequis

Etre à l'aise avec un ordinateur et Internet.

Tout public.

## B. Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principes de fonctionnement des différents réseaux sociaux
- Mesurer la e-reputation de son entreprise sur les réseaux sociaux
- Maîtriser les fonctionnalités des différents réseaux sociaux
- Concevoir et piloter une stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Activer sa communauté, influencer son secteur

## C. Durée

84 heures

## D. Tarif

Tarif : 3200 € - intra : nous contacter.

## E. Programme

- Etat des lieux de ses comptes sur les réseaux sociaux
  - Analyse quantitative : audience, activité sur le compte, avis etc.
  - Analyse sémantique et identification du positionnement de son entreprise dans un écosystème
  - Cas pratique (thématique au choix du participant sur compte existant)
- Exploration des différents réseaux sociaux et optimisation de leur usage
  - Principes et grandes caractéristiques de chaque réseau social
  - Usages et bonnes pratiques
  - Outils indispensables et complémentaires du CM

- Etudes de cas et élaboration du canevas de plan stratégique sur la base du cas pratique retenu en phase 1
- Évaluer et piloter la performance - Engager ses équipes - Structurer leurs contributions
  - Construire ses outils de reporting pour analyser l'activité de ses comptes et dégager des pistes d'amélioration
  - Prévoir les instances de gouvernance dédiées (comité éditorial etc.)
  - Structurer ses équipes, associer l'ensemble de ses collaborateurs à la démarche
  - Process de publication, droits d'accès aux comptes et administration des pages
  - Cas pratique
- Pilotage et activation de son influence sur les réseaux sociaux
  - Activer une stratégie de communication social media adaptée à son entreprise et définir un plan d'action
  - Social-management, influence du dirigeant, marque employeur... engager toutes les dimensions de son écosystème web
  - Cas pratique
- Mise en oeuvre et déploiement
  - Lancement effectif de la stratégie élaborée, partage et publications des contenus
  - Coaching et accompagnement (modération des commentaires, suivi des réponses automatisés, engagement des influenceurs du secteur
  - Cas pratique
- Cas pratique final incluant tous les points de la formation