

COMMUNITY MANAGEMENT & RÉSEAUX SOCIAUX

Comment bâtir votre stratégie sociale on-line

2 JOURS, 14 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE

CODE : ADI04

Objectifs de la formation

Maîtriser les réseaux sociaux

Cerner le métier de community manager

Apprendre à gérer l'image de son entreprise et sa réputation sur la toile

Réaliser le suivi de ses actions sur les réseaux sociaux

Parmi nos formateurs

■ Professionnel(s) du secteur

Public concernés

■ Présidents, directions générales, directeurs marketing, directeurs communication, responsables stratégie digitale, responsables média sociaux, community managers, services presse, responsables

Critères d'admission

■ Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

■ Aucun prérequis n'est nécessaire

1ERE JOURNÉE

Accueil des participants

COMPRENDRE LE CONTEXTE DU WEB COMMUNAUTAIRE

- Quels sont les différents réseaux sociaux et comment sont-ils caractérisés
- Qui sont les utilisateurs de ces réseaux
- Quels sont les réseaux les plus utilisés par les entreprises
- Benchmark des assureurs présents sur la toile

Pause

DEFINIR SA STRATEGIE ET SES OBJECTIFS

- Comment choisir ses réseaux sociaux

- Elaborer sa ligne éditoriale
- Construire une stratégie cross média : la relation avec les équipes marketing/communication
- L'importance d'une personne dédiée

Déjeuner

LES COMPETENCES CLES DU COMMUNITY MANAGER

- Quels sont les outils du community manager
 - Organiser les différentes prises de paroles et leurs contenus
 - Adapter sa communication en fonction des réseaux
 - Comment faire une veille efficace
 - Apprendre à modérer les échanges
 - Comment gérer un community management externalisé
-

TÉMOIGNAGE Le Community Management chez ASSU2000

Fin de journée

2E JOURNÉE

Accueil des participants

COMMENT ANIMER UNE COMMUNAUTE

- Définir les process et les règles éditoriales
- L'interaction avec ses communautés et la notion d'engagement
- Comment relayer les actions sur internet par des événements IRL (in real life)

CAS PRATIQUE UTILISER FACEBOOK

- Comment utiliser FB en tant qu'entreprise
 - Le fonctionnement des « Fan Pages »
-

CAS PRATIQUE UTILISER TWITTER

- Comment fonctionne Twitter
 - Les codes de communication sur Twitter
 - Comment acquérir des followers
-

CAS PRATIQUE UTILISER VIADEO

- Comment créer sa page entreprise
 - Recruter sur les réseaux professionnels
-

Déjeuner

GERER VOTRE E-REPUTATION SUR LES RESEAUX

- Comment construire son identité

- Maîtriser son image et rectifier les erreurs
- Apprendre à gérer une communication de crise via les réseaux sociaux
- Savoir répondre aux « attaques », quelles sont les différentes techniques

COMMENT REALISER LE SUIVI DE SES ACTIONS

- Quels sont les modes de reporting adaptés
- Comment calculer son ROI
- Comment déterminer ses KPI

Fin de journée

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.