

# Community Manager

A l'issue de la formation, les participants auront acquis les techniques de bases pour communiquer via les réseaux sociaux pour le compte d'un particulier ou d'une entreprise (ou association).

**Durée :** 10 jours

**Prérequis :** bonne maîtrise de l'ordinateur

**Public :** Cette formation s'adresse aux journalistes travaillant sur des sites d'informations, aux chargés de communication dans des administrations publiques, collectivités, entreprises, associations et à toute personne désireuse de promouvoir une marque ou un concept sur internet.

**Accessibilité :** Merci de s'informer auprès de nos services par mail ou tél.

**Modalité et délai d'accès :** Possibilité d'intégrer une session prévue en moins de 24 heures, sous réserve de place disponible

**Satisfaction :** 73 %

**Taux d'abandon :** 0 %

**Méthode mobilisée :** Méthode démonstrative, en présentiel

**Pédagogie :**

- Apports théoriques
- exercices pratiques
- travail sur un projet personnel ou professionnel

**Objectifs pédagogiques :**

- apprendre à gérer une communauté sur le web pour une société (ou autres)
- développer la notoriété et l'image de marque de cette société
- soigner son e-réputation, etc

**Modalité d'évaluation :** Test QCM en début et fin de formation

**Tarifs :** 1750 €

**Session :** 6 stagiaires maximums

## Programme

### Jour 1 : INTRODUCTION AU COMMUNITY MANAGEMENT

- Chiffres clés
- Intérêts des réseaux sociaux
- Les différents types de réseaux sociaux (B to B, BtoC, spécialisés : photos, vidéos, lieu)
- Le métier de Community Manager (profil, compétences, qualités, tâches)
- Les autres métiers
- Les outils quotidiens du CM

### Jour 2 : CONCEVOIR ET ORGANISER SA STRATÉGIE SOCIALE

- Audit de son entreprise et son marché (SWOT)
- Définir ses personas
- Analyse de la concurrence
- Élaborer une ligne éditoriale
- Prévoir un budget
- Utiliser des outils de travail collaboratif

- Faire de la veille et curation de contenus

### Jour 3 : CRÉER DES CONTENUS

- Création de vidéos (application de montage vidéo avec son smartphone)
- Création de visuel (Canva,)
- Les licences Creative Commons
- Banques d'images gratuites et payantes
- Outils (syntaxe et orthographe)
- Mettre en place un calendrier de publications

### Jour 4 : ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR FACEBOOK

- Vocabulaire
- Page versus profil Facebook
- Appréhender les groupes Facebook, le Facebook Market Place ...
- Définir les KPI's d'une présence sur Facebook
- Comprendre le fonctionnement du fil d'actualité
- Comprendre l'algorithme (Edge Rank)
- Créer une page



## **JOUR 5 : ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR FACEBOOK (SUITE)**

- Les différents types de publications
- Les contenus adaptés à Facebook
- Publier du contenu
- Taille des visuels à respecter
- Géolocaliser une publication
- Ajouter une emoji
- Programmer une publication
- Modifier une publication
- Épingler une publication
- Sponsoriser une publication
- Réaliser des jeux & concours (avec ou sans application)
- Modérer (messages et commentaires )
- Faire de la publicité sur Facebook (objectif, cibles, formats)
- Mettre en place de A à Z une publicité
- Utiliser l'outil Statistiques de Facebook
- Ajouter des pages à surveiller

## **JOUR 6 : ANIMER UNE COMMUNAUTÉ INSTAGRAM**

- Comment les marques utilisent Instagram ?
- Identification des principales fonctionnalités de l'application
- Les types de publication : photo, vidéo, story, live
- Les applications tierces d'Instagram ( Layout, Boomerang, IGTV...

- Connaître les différences entre les profils personnel et professionnel
- Créer et optimiser un profil professionnel
- Définir votre ligne éditoriale
- Utiliser Instagram (publier photos, albums, vidéos, stories, direct)
- Optimiser votre contenu
- Utiliser Instagram pour vos objectifs marketing
- Faire une campagne publicitaire
- Analyser les statistiques

## **JOUR 7 : TWITTER ET GOOGLE & SES SERVICES**

- Positionner Twitter par rapport aux autres médias sociaux
- Le vocabulaire et les fonctionnalités (tweet, hashtag, followers, DM..... )
- Intérêt de Twitter pour les particuliers
- Intérêt de Twitter pour une entreprise
- Publier sur twitter
- Utiliser Twitter comme outil de veille
- Les statistiques Twitter
- Aller plus loin : l'écosystème Twitter : Vine, Periscope, Tweetdeck, Curator
- Google & ses services
- Google MyBusiness
- Chaîne Youtube
- G+



## **JOUR 8 : LINKEDIN**

- Comprendre comment fonctionne l'interface LinkedIn
- Connaître les usages et les fonctionnalités de LinkedIn
- Utiliser LinkedIn à titre personnel (personal branding )
- Utiliser LinkedIn à titre professionnel
- Les autres applications de LinkedIn : SlideShare, LinkedIn Learning...

## **JOUR 9 : EMAILING**

- Lancer un e-mailing
- Concevoir votre e-mailing
- Optimiser le contenu textuel
- Enrichir l'e-mailing
- Favoriser la diffusion et l'ouverture

## **JOUR 10 : MISE EN PRATIQUE AVEC MAILCHIMP**

- Créer une campagne de e-mailing avec Mailchimp
- Mesure son efficacité
- Comprendre les statistiques de suivi d'une campagne

### **Nathalie RAYBAUD**

Spécialisée et passionnée en Marketing Digital & gestion des Réseaux Sociaux, Nathalie Raybaud propose depuis de nombreuses années ses services à des TPE et PME. Elle a également travaillé en agence de communication et connaît les différentes techniques utilisées par les professionnels du secteur.

Grâce à son expérience terrain, elle enseigne avec enthousiasme et pédagogie l'utilisation des derniers outils que requièrent les leviers du Webmarketing.



11 ter, chemin des Écoliers - Apt 7 - Résidence Pulchérina  
97490 Sainte-Clotilde

tél . 0262 28 18 89 - 0692 25 20 37

email : [kreativformation@gmail.com](mailto:kreativformation@gmail.com)

<https://www.facebook.com/kreativformation/>