Community manager en TPE

Domaine : Communication/Communication digitale

Réf. : 2421COM

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Comment choisir votre stratégie sur les médias sociaux ?
Comment animer vos espaces et engager votre communauté ?
Les outils pour surveiller votre réputation

PRÉ-REQUIS

aucun

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Moyens pédagogiques : Alternance entre théorie et exercices pratiques. Un support de cours adapté remis à chaque participant. Salle de cours équipée / connexion internet / matériels de projection / Tableaux / Paper Board.

Modalités d'évaluation : Evaluation au fur et à mesure des exercices pratiques / Questionnaire de satisfaction / Attestation de stage / Evaluation sommative par le formateur sur 5 questions.

Formation en présentiel : A l'aide de l'application EDUSIGN, les stagiaires ont un accès afin d'émarger pendant la formation et de répondre à une opinion qualité lors de la fin de la formation.

Formation en distanciel : A l'aide d'un logiciel, les stagiaires interagissent entre eux et avec le formateur / Accès à l'environnement d'apprentissage (supports,...)et aux preuves de suivi (émargements, évaluation,opinion qualité...) via la plateforme Edusign / Convocation avec lien de connexion.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

Un ou plusieurs tests de personnalité sont transmis en amont de la formation via un lien internet.

1) Savoir élaborer une stratégie digitale sur les réseaux sociaux
intégrer les réseaux sociaux dans votre stratégie

- bâtir un plan de communication: quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication
- Comprendre les différents usages des médias sociaux (matrice POEM)

2) Panorama des médias sociaux et animation

- facebook, twitter, linkedln, instagram, snapchat, youtube..quels médias choisir ?
- Animer des espaces
- facebook : créer sa page ,
- Twitter : vocabulaire, objectifs
- linkedln : marque employeur, social selling
- Youtube, instagram, snapchat, pinterest
comment traiter les avis ?

3) Augmenter la visibilité d'un évènement grâce aux médias sociaux

PUBLIC CONCERNÉ

toute personne en charge de la communication digitale
L accessibilité à la formation pour les personnes en situation de handicap est étudiée en amont selon les informations fournies.

DURÉE ET DATES

-Durée :
3 journées soit 21 heures

-Délai d'accès :
Réponse par mail dans les 72h.
En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles.
En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :
Nous contacter
.En Intra ou Individuel :
Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

En inter-entreprises :
604€ HT / Jour / personne

En intra-entreprises :
1199€ HT / Jour / groupe
Groupe de 2 à 4 pers.

1495€ HT / Jour / groupe
Groupe de 5 à 10 pers.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?
02 32 74 56 94 Numéro unique d'appel

4) Identifier les opportunités publicitaires

- business models des réseaux sociaux
- les social ads
- les solutions publicitaires proposées par Facebook, Twitter, linkedln, instagram, snapchat

5) Mesurer les actions de communication digitale

- les différentes métriques
- la mesure de l'engagement
- les outils de management de communautés

6) Repérer les blogueurs influents

7) La communication de crise en ligne

Fiche mise à jour le 23/08/2024

NOS CERTIFICATIONS

© FORCE 7 Formation / Conseil / Coaching - Tous droits de reproduction réservés - contact@force7-formation.fr