

COMMUNITY MANAGER

DÉFINITION

Le Community Manager, poste stratégique à l'ère du Web 2, est au coeur de la communication digitale. Il est le représentant, l'ambassadeur d'une marque, d'une société ou même d'un produit sur internet. Son rôle, devenu stratégique à l'ère des réseaux sociaux, consiste à : Communiquer au sujet de son entreprise par la mise en place de contenus. « Ecouter » les avis des internautes et surveiller la e-réputation de sa société au moyen de la veille d'informations. Créer et animer des communautés autour de sa marque, son entreprise ou ses produits. Cette formation permettra au Community Manager d'acquérir les outils indispensables afin d'assurer la visibilité optimale de son entreprise.

PUBLIC CIBLE

Responsable de communication, responsable marketing, chef de projet Web en agence ou chez l'annonceur, attaché de presse.

OBJECTIF GÉNÉRAL

Au terme de cette formation les participants auront acquis les connaissances et les outils techniques nécessaires à la création d'une présence sur les principaux medias sociaux.

PRÉ-REQUIS POUR SUIVRE CETTE FORMATION

Cette formation est destinée aux personnes déjà familières avec les réseaux sociaux sur le Web, ayant de bonnes connaissances des stratégies d'intervention.

MÉTHODE DE TRAVAIL

Le cours Community Manager est basé sur un support théorique, la mise en pratique au moyen d'exercices et un encadrement personnalisé du formateur.

CONTENU DU COURS COMMUNITY MANAGER

INTRODUCTION

Définition d'un réseau social

Le rôle du Community Manager

Les différentes utilisations des réseaux sociaux : personnelle, professionnelle, promotion, recrutement...

Les principes de base d'une stratégie social media

ECOUTER

Les outils (Google Alerts, Twitter, etc)

Les flux RSS

Les agrégateurs

La e-réputation (Comment la préserver, Comment gérer une crise, Les bonnes pratiques)

DIFFUSER

Facebook (Pratique)

-- Création et administration d'une page entreprise

-- Customisations et publications

-- Confidentialité (administrateurs et fans)

-- Statistiques

LinkedIn (Présentation)

-- Création et administration d'une page entreprise

-- Page d'accueil

-- Page services

-- Page informations

-- Page statistiques

Twitter

-- Les bonnes pratiques

-- Outils

Youtube (Vidéo)

EVALUER

Evaluer sa stratégie social media

DURÉE ET PRIX

Durée: 2 jours (16 périodes)

Prix: CHF 1200.-