

■ ■ ■ ■ ANIMER VOS COMMUNAUTÉS RESEAUX SOCIAUX : LES FONDAMENTAUX DU COMMUNITY MANAGEMENT ■ ■ ■ ■

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir un plan d'action de mise en œuvre du community management dans son entreprise
- Animer au quotidien ses communautés sociales,
- Appliquer les outils du community manager
- Evaluer le retour sur investissement de l'animation de ses communautés sociales par une bonne analyse des statistiques

ORGANISATION

▪ **Durée et Date**

2 jours – 14 Heures
Les 19 et 26 Novembre 2018

▪ **Lieu**

Site d'ARAMIS Formation à Lorient

▪ **Public / Pré requis**

Tout collaborateur souhaitant acquérir les méthodes et outils du community manager et gagner du temps sur les réseaux sociaux.

CONTENU PÉDAGOGIQUE

Rôle et responsabilités d'un community manager

- Définir Le champs d'action du Community Manager
- Community manager : animateur de communauté en interne et en externe
- Etre ambassadeur de son message
- Comment intégrer le community management à la vie quotidienne de l'entreprise
- Community management interne ou externe que choisir ?
- La fonction Community manager : Définir la fiche de poste du community manager (qualités requises / Aspects RH)

Créer et animer des espaces sur les médias sociaux

- Page Facebook : créer sa page, le Edge rank, mesurer les résultats, social ads.
- Compte Twitter : vocabulaire, objectifs, metrics.
- LinkedIn et Viadeo : employee advocacy, social selling, thought leadership, marque employeur,... opportunités et clés de succès.
- Utiliser les médias sociaux visuels : YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest.

Mettre en place un programme influenceur

- Qui sont les influenceurs ?
- Définir et identifier les typologies d'influenceurs pertinents.
- Concevoir un véritable programme influenceurs pérenne.

Sécuriser l'e-réputation de l'entreprise

- L'impact et le traitement des avis clients négatifs.
- Anticiper et gérer une crise sur Internet.

L'importance du Storytelling

- Définir un planning de publication
- Les cycles de publications
- Trouver le pitch au quotidien

- La Curiosité ça s'entretient !
- Les leviers pour amener de la vie (questions / sondages, jeux concours, humour, surprises...)
- La courtoisie sur les réseaux

De la stratégie éditoriale à la mesure de performances

- Ecueils à éviter et stratégies inefficaces
- Ecrire et partager la stratégie éditoriale / les objectifs
- Identifier et définir les KPIs (Key performance indicators)
- Mesurer les performances et les statistiques
- Connaître les outils externes de mesure de statistiques
- Etablir un tableau de bord mensuel de mesure des performances (Mesurer le ROI sur les réseaux sociaux)
- les retombées médiatiques

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Afin de **favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes** appropriés nous vous proposons des **méthodes pédagogiques actives, dynamiques** qui rendent les participants **acteurs de leur progression** :

- ◇ Test de positionnement individuel
- ◇ Echanges d'expériences à partir du vécu des participants.
- ◇ Brainstorming en grand groupe, travail en sous-groupes sur les problématiques rencontrées pour lesquels les participants expriment des difficultés
- ◇ Apports théoriques et méthodologiques par le formateur à chaque point clé.
- ◇ **Les participants travaillent à partir de cas pratique (s) réel(s)**
- ◇ **Perfectionnement d'outils : tout au long de la formation le consultant enrichit les outils existants.**

NOTRE MEMO, véritable guide opérationnel est remis à chaque participant. Il comprend les points clés évoqués en cours de formation accompagnés des fiches mnémotechniques

EVALUATION / VALIDATION

- ◇ Quizz de contrôle de connaissances en lien avec le positionnement initial
- ◇ Remise d'une attestation de formation