

# GERER SA COMMUNICATION SUR INTERNET GRACE AU COMMUNITY MANAGEMENT

Ref : COMM-MAN1-280

Page 1/2



## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Identifier le rôle et les missions du community manager
- . Créer et animer sa communauté
- . Les réseaux sociaux, nouveaux territoires de socialisation.
- . Mettre en place une stratégie communautaire

## PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tous les chefs d'entreprises ou salariés ayant besoin d'acquérir ou de perfectionner leurs techniques dans la gestion d'une communauté sur le web.

## PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Un niveau de base en informatique internet et en réseaux sociaux est nécessaire pour suivre cette formation. Un questionnaire de pré-requis et de positionnement auront lieu avant le début de formation pour valider l'inscription et d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.. Matériel requis : un ordinateur portable

## DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 8 sessions pour une durée totale de 28 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

## ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de COLOMAR Thibaut, diplômé d'un certificat professionnel auprès de la FFP et répondant à la norme de Qualité Qualiopi.

## SUIVI ET EVALUATION

L'évaluation des acquis du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz, d'exercices pratiques ou de contrôle continu. A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation

## OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).



### DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 28 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes



### CONTACT

COLOMAR Thibaut

weboffice.formation@gmail.com

06 27 71 72 43

Service administratif

contact@formagest.fr

# GERER SA COMMUNICATION SUR INTERNET GRACE AU COMMUNITY MANAGEMENT

Ref : COMM-MAN1-280

Page 2/2

## CONTENU DE LA FORMATION

### A GERER SA COMMUNICATION SUR INTERNET

- . Identifier le rôle et les missions du community manager
  - Positionner le rôle du cm au sein de l'entreprise et decrire les differentes missions.
  - Identifier les differents domaines d'intervention : interne et externe.
- . Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux
  - Determiner les impacts du web social sur la relation marque-client, sur l'image des marques.
  - Mesurer l'importance des communautés sur le web.
- . Identifier les lieux numériques influents
  - Les reseaux sociaux, nouveaux territoires de socialisation.
  - Typologies et fonctionnement des reseaux.
- . Mesurer l'impact d'un blog sur une audience
  - Elargir sur champ d'action par la création d'un blog
  - Intégrer les différentes plateformes de création de blog

### B CRÉER UNE STRATÉGIE COMMUNAUTAIRE

- . Définir sa stratégie communautaire
  - Définir des objectifs de performance à atteindre
  - Choisir les medias sociaux où s'exprime sa communauté.
- . Identifier les blogs et bloggeurs influents
  - Analyser la performance des principaux blogs en activité
  - Créer des partenariats intelligents pour profiter des communautés existantes
- . Animer sa communauté sur le web
  - Lancer des sujets permettant de susciter le debat ou le partage d'expériences.
  - Identifier les outils, les fonctionnalités a mettre a la disposition de sa communauté.
- . Faire respecter les règles de la communauté
  - Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
  - Veiller au respect des conditions générales d'utilisation du site.