Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

Devenir community manager

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

Le métier de community manager requiert de multiples compétences aussi bien comportementales que techniques et recouvre plusieurs aspects de la communication et du marketing. Cette formation vous fournira les bases pour bien débuter en matière de CM, en connaître les principaux contours, usages et outils à mettre en place.

Objectifs

- Comprendre les tenants et les aboutissants du paysage social media
- Connaître les principaux médias sociaux et en comprendre les différentes fonctionnalités
- Comprendre le rôle et les missions du Community Manager
- Savoir élaborer et déployer une stratégie sociale media
- Savoir organiser les différentes activités du Community Manager
- Maîtriser les différentes stratégies pour un community management efficace

Pré-requis & Profil des participants

Cette formation nécessite :

- d'être sensibilisé(e) à l'utilisation des médias sociaux (à titre personnel et/ou professionnel)
- de comprendre l'intérêt d'être présent sur les médias sociaux
- d'avoir connaissance de la stratégie globale de communication de sa marque/entreprise

Elle s'adresse aux chargés de communication, assistants marketing/communication, Community managers en fonction ou prise de fonction, entrepreneurs, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion professionnelle, personnes en prise de poste et toute personne souhaitant intégrer de nouvelles missions de community management dans son poste.

Contactez-nous :
formation@ccmbenchmark.com
01 47 79 54 18

Télécharger en pdf

Programme

Premier jour

1. Le paysage Social Media

- Evolution du web social
- Les enjeux des nouveaux médias
- Les chiffres 2019 dans le monde et en France
- Quelle différence entre réseaux sociaux et médias sociaux ?
- Tour d'horizon des médias sociaux
- L'importance des médias sociaux de niche

2. Les principaux médias sociaux et leurs fonctionnalités

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Pinterest
- SnapChat

3. Le métier de Community Manager

- Les différentes casquettes du Community Manager
- Les qualités humaines du Community Manager
- Les champs d'actions du Community Manager
- Un métier en constante évolution
- Apprendre à mettre à profit ses compétences de Community Manager avec les autres services de l'entreprise : marketing, communication, RP..

Deuxième jour

4. Définir une stratégie social media

- Avant de vous lancer : état des lieux de la présence digitale de votre marque/entreprise
- Faire le bilan : bonnes pratiques, points à améliorer…
- Cohérence entre la stratégie de communication globale de la marque/entreprise et la stratégie social media
- Quels médias (s) média(s) pour quel(s) public(s) cible et quel(s) objectif(s) ?
- Définir votre stratégie social media (selon la méthode QQOQCP)
- Focus sur la sponsorisation de contenu sur les principales plateformes
- Déterminer les objectifs qui en découlent (définifition des KPIs)
- Construire sa feuille de route

5. Organiser son activité sur les médias sociaux

- L’importance du calendrier éditorial
- L’importance de la veille
- Mise en place d’outils concrets et d’une bonne méthodologie
- Création, déclinaison et programmation de contenus adaptés aux plateformes
- L’importance de l’e-réputation : détection des signaux faibles, gestion de crise…

6. Pour aller plus loin

- Le point sur le marketing d’influence
- L’événementiel sur les médias sociaux
- Le social commerce
- La marque employeur
- Impliquer les différents services de l’entreprise dans la démarche digitale