



# DEVENIR EXPERT EN COMMUNITY MANAGEMENT

Comprendre et assurer les missions essentielles du Community Management.

Fondamental Présentiel À distance 2 jours

Prix : 1480 € HT

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre et assurer les missions essentielles du Community Management

## À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Pour qui :

- Futur Community management ou Community Management en prise de fonction

Prérequis :

- Aucun

## PROGRAMME

Contenu (progression pédagogique) : 1. Élaboration d'une stratégie pour les plateformes sociales

- Création d'une analyse structurée pour les réseaux sociaux (utilisant le modèle 3C).
- Définition des buts et de la clientèle cible pour élaborer une stratégie appropriée aux réseaux sociaux (en utilisant les modèles POEM et SWOT).
- Sélection des plateformes sociales à utiliser : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Snapchat, TikTok, etc.
- Développement d'un plan d'actions concret : choix d'une ligne éditoriale, établissement d'un calendrier éditorial, etc.
- Étude des tendances actuelles sur les médias sociaux : publicités sociales, métaverse, audio, etc.

2. Gestion d'une page professionnelle sur Facebook

- Familiarisation avec l'interface Facebook ainsi que les trois types de présences possibles (profil, groupe et page) et le fonctionnement de l'algorithme Facebook.
- Administration des paramètres d'une page professionnelle.
- Gestion quotidienne d'une page entreprise Facebook en utilisant Meta Business Suite, Creator Studio et la modération.
- Meilleures pratiques de publication pour améliorer la visibilité et l'engagement.
- Analyse des résultats avec les statistiques Facebook.
- Découverte de la régie publicitaire de Facebook.

### 3. Gestion d'un compte Instagram professionnel

- Familiarisation avec les interfaces mobile et ordinateur d'Instagram.
- Compréhension et utilisation de l'algorithme d'Instagram pour maximiser la visibilité.
- Différences entre les comptes personnel, professionnel et créateur : comment choisir le bon compte ?
- Exploration des différents types de formats Instagram tels que les publications d'images, vidéos, carrousels, stories, reels, guides et live.
- Meilleures pratiques pour animer un compte : utilisation de légendes, hashtags et bios, etc.
- Suivi des statistiques pour optimiser la gestion de la communauté.
- Utilisation d'influenceurs, micro-influenceurs, nano-influenceurs et ambassadeurs (UGC) pour atteindre les objectifs.

### 4. Développement d'une présence efficace sur LinkedIn

- Familiarisation avec l'interface, l'algorithme et les trois types de présences (profil, page et groupe).
- Optimisation du Personal Branding pour augmenter la visibilité.
- Mise en place d'une veille efficace (hashtags, groupes, influenceurs, etc.).
- Compréhension de l'utilité de la création d'une page entreprise.
- Publication de contenu en tant que profil et page : bonnes pratiques et astuces pour maximiser la portée et l'engagement.

### 5. Établissement et pilotage d'un dispositif sur les réseaux sociaux

- Choix des outils de gestion des réseaux sociaux (SMMS).
- Définition de tableaux de bord pour mesurer la performance.
- Exploration des outils de veille d'e-réputation.
- Établissement d'une gouvernance : charte pour les réseaux sociaux, gestion des avis négatifs et du bad buzz.
- Découverte des différents KPI tels que le taux d'engagement, les interactions, l'amplification, l'appréciation et la conversion.