

COMMUNITY MANAGER



12H DE FORMATION
4 MODULES DE 3H



À DISTANCE
EN VISIO



EN INTER
OU INTRA



POSSIBILITÉ DE PASSER LA
CERTIFICATION RS N°6240

OBJECTIF :

Mettre en place sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux.

PRÉREQUIS :

Savoir utiliser un ordinateur ou un smartphone.

CIBLE :

TPE/PME : Salarié, gérant d'entreprise, community manager, chargé de communication, personne s'occupant de la communication de l'entreprise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES & D'ENCADREMENT :

Cette formation DUO propose :

► Une formation en visio avec des supports adaptés. La formation sera dispensée en 4 modules de 3h. Lors des modules, le stagiaire devra se munir d'un PC, d'une tablette ou d'un smartphone.

► Un accès illimité à notre plateforme qui propose un PARCOURS EN LIGNE de 10h ; Le stagiaire pourra se connecter à l'heure souhaitée, visionner les vidéos, réaliser des exercices, les tutos proposés sont complets et permettent au stagiaire une approche pratique sur les réseaux sociaux et un entraînement concret.

Le stagiaire aura accès à un chat depuis la plateforme, un formateur pourra répondre en ligne et en direct à toutes questions.

MOYENS D'ÉVALUATION

L'apprenant réalisera des tests de connaissance à l'issue de la formation.

Chaque stagiaire recevra une attestation de formation.



128 RUE DE LA BOÉTIE
75008 PARIS

WWW.ALLOKOM.FR

Enregistré sous le numéro
11755752175.

09.82.31.14.70

Cet enregistrement ne vaut
pas agrément de l'état.

@ALLOKOM

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie
d'action suivante : ACTION DE FORMATION

4,9/5 AVIS CLIENTS ★★★★★

VENDRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX – 6h

COMPRENDRE CE QU'EST LE COMMUNITY MANAGEMENT

- Sa définition et l'évolution du marché
- L'intérêt des réseaux sociaux
- Description des cibles et audiences selon le réseau social

LES MISSIONS DU COMMUNITY MANAGER

- Internaliser sa communication sur les réseaux sociaux
- Lister les missions du community manager
- Avoir la casquette du community manager en entreprise
- Se munir des bons outils

2ÈME MODULE : GÉRER CORRECTEMENT SA E-REPUTATION

- L'importance de la e-reputation pour pérenniser son activité
- Elaborer une stratégie de présence et de positionnement
- Mise en place d'une veille d'e-reputation
- Identifier les outils de gestion de e-reputation
- Repérer les actions à mettre en place pour améliorer sa e-reputation
- Savoir répondre aux commentaires négatifs
- Maîtriser le bon langage de gestion des avis

3ÈME MODULE : LE PLAN SOCIAL MEDIA

DÉFINIR SON PLAN D' ACTIONS EN FONCTION DE SES OBJECTIFS

- Définition d'une ligne éditoriale
- Quelle stratégie de diffusion à adopter
- Quand publier ?
- Quoi publier ?
- Combien de publication ?
- Le rythme de diffusion

LES 20 IDÉES POUR CRÉER UNE LIGNE ÉDITORIALE

- Différencier le contenu
- Varier ses idées de publication

CHOISIR LES BONS FORMATS ET LEVIERS DE DIFFUSION

- Quels sont les différents formats de diffusion
- Quel contenu mettre sur quel levier
- Comment publier en fonction de la cible

CAS PRATIQUE : Concevoir mon premier plan de communication sur les réseaux sociaux

4ÈME MODULE : MAÎTRISER LES OUTILS DU COMMUNITY MANAGER

CRÉER DU CONTENU PERTINENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Découvrez l'outil professionnel « meta business suite »
- Découvrez comment créer une publication
- Choisir le placement
- Indiquer un lieu
- Rédiger un wording pertinent
- Ajouter du contenu visuel
- Diffuser ou programmer une publication
- Enregistrer un contenu en brouillon

CAS PRATIQUE : Créer un contenu pour les réseaux sociaux

UTILISER CANVA POUR CRÉER DES CONTENUS

- Quels sont les formats pour quels RS
- Adapter son visuel au bon format
- Déterminer la bonne taille selon le type de diffusion
- Créer des templates (modèles de publication)

CAS PRATIQUE : Créer un visuel optimal pour les réseaux sociaux

CRÉER UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE

- Définition d'une campagne publicitaire
- Créer une campagne publicitaire
- Mesurer les résultats des campagnes publicitaires
- Installer le pixel de son site sur le business manager
- Créez votre première campagne publicitaire

CAS PRATIQUE : Créer une campagne publicitaire professionnelle