

		ps9-conseil.com	Formation continue Lyon – Paris Clermont-Fd – Saint-Etienne
---	--	--	--

Formation Community management et réseaux sociaux

Durée: 2 jours

Objectifs

- o Appréhender les enjeux des communautés virtuelles et leur utilisation pour l'entreprise
- o Comprendre les pratiques de création d'une communauté, et ses facteurs de succès
- o Maîtriser les outils et leviers permettant de développer, animer et fidéliser ses membres
- o Identifier les missions et tâches du Community manager et son organisation
- o S'approprier les aspects techniques nécessaires à la gestion et au pilotage d'une communauté d'utilisateurs

Destinataires

Professionnels du marketing et de la communication
Responsables de TPE/PME et commerçants souhaitant exploiter les réseaux sociaux.

Pre-requis

Utiliser internet dans son activité

Programme

1- Les communautés: Présentation et caractéristiques

De la communauté physique à la communauté virtuelle
Les réseaux sociaux : qui est présent, quels profils, quels usages
Enjeux et bénéfices : notoriété, image, fidélisation, ventes
Exemples de communautés performantes

2- Création d'une communauté

21- Définir sa stratégie Quelles cibles ? Quels thèmes et contenus/fonctionnalités ?
Se positionner : la valeur ajoutée indispensable
Benchmark des communautés périphériques et concurrentes
Intégration dans sa stratégie marketing et sa sphère existante
22- Planifier - Spécifier ses objectifs et indicateurs de performance
Mettre en place des outils d'analyse
Définir son planning
Calculer son budget et estimer le ROI

Définir son plan de production éditorial
Planifier mais rester réactif

3- Lancement de la communauté

Concevoir un Plan de communication - Définir ses cibles, messages, axes créatifs
Plan media : Relations publiques, Offline/Online
Référencer son site – SEO, SMO
Créer des opérations promotionnelles / du buzz de lancement

4- Les supports de l'animateur de communauté

Typologie: sites webs, blogs, réseaux sociaux(Facebook, Twitter...)
Outils : chaines video (Youtube, ...), newsletters, e-mail... - Le web-mobile
Les usagers : influenceurs, prescripteurs, leaders, sponsors : comment les utiliser

5- Les réseaux sociaux à la loupe

Facebook, Google+, Twitter: état actuel et bonnes pratiques
Les réseaux pros : Viadeo, LinkedIn - Les réseaux visuels : videos, images (Youtube, Pinterest)

6- Animation de la communauté

Accueillir des nouveaux adhérents Faire respecter les règles et la charte
Animer et fidéliser ses membres
Modérer les forums et gérer sa e-reputation
Favoriser l'activité et l'engagement

7- Développement de la communauté

Développer sa base de membres : volume vs activité
Mettre en place des partenariats
Contenus : comment obtenir du contenu à coût réduit ?
Développer la notoriété et le trafic de son réseau
Améliorer sa visibilité – Les leviers de la viralité

8- Le métier de Community manager

Qualités requises - Rôle et tâches
Constituer une équipe d'animateurs/modérateurs
Développer sa propre image et sa notoriété

9- Les techniques de la Gestion de communauté

Plateforme de gestion de contenus
Outils d'analyse statistiques (fréquentation, usages, profils...) : Analytics et Social monitoring
Intégration des données communautaires dans le système d'informations marketing : les outils CRM adaptés

Méthodes pédagogiques

La formation se déroule :
= pour 2/3 sous forme d'apports théoriques, méthodologies, conseils

= pour 1/3 en cas pratiques : social marketing appliqué au domaine de l'entreprise,
benchmark d'entreprises proches, élaboration de tableaux de bord pour les réseaux sociaux.