



Formation **Social Media Manager** - 3 jours

Objectifs : Maîtriser les outils techniques du Community Manager Avoir une approche efficace du Social Media, Optimiser sa communication en ligne,

Pré-requis : Être présent et actif sur les réseaux sociaux à titre professionnel

Public : Tout professionnel amené à utiliser l'outil internet et les réseaux sociaux pour communiquer.

Durée : 3 jours : 21 heures (6 modules de 3h30min)

Formateur : Formateur spécialisé et Social Media Manager expérimenté.

Pédagogie : 3 stagiaires en présentiel maximum.

L'accent est mis sur la maîtrise technique des outils du Community Management et sur la pratique du métier de Community Manager à travers des exercices

Résultats attendus : Être autonome dans sa gestion de communauté sur les réseaux sociaux à titre professionnel. Être capable d'animer des communautés sur les réseaux sociaux.

Support post formation

Support de cours spécifique du formateur en PDF

Assistance par mail et téléphone après la formation



Formation **Social Media Manager** - 3 jours

Premier et deuxième modules (7 heures, 2 x 3h30min)
Avoir une approche du Social Media & animer une communauté sur le réseau social Facebook.

Avoir une approche efficace du Social Media

Le Social Media, c'est quoi ?

Panorama des réseaux sociaux

Quels réseaux sociaux choisir en fonction de vos cibles ?

Exercice : réalisation de son propre audit de présence sur les réseaux sociaux-

Les fonctions du Community Manager

La veille. Exercice : Création de listes de veille et de management

L'interaction et l'animation, la création de contenu, Le reporting. Exercice : analyse des statistiques Facebook

Le plan de Community Management en fonction du plan de communication globale.

Exercice : mise en place d'un plan de community management

Le Community Management sur Facebook

Management et veille Facebook à partir de vos listes

Animer une communauté sur une page au nom d'une institution, une entreprise. (la prise de parole)

Les règles applicables aux photos de couverture et Webdesign

Créer de l'engagement

Créer un compte publicitaire et optimiser une campagne publicitaire

Exercice : création d'une première campagne publicitaire

Troisième module (3h30min): La notion d'e-influence et l'utilisation de Twitter

La notion d'e-influence et la notion d'infobésité,

Connaitre le langage, les spécificités du réseau social

Exercice : réalisation de l'audit de son compte Twitter

Utiliser Twitter comme outil de veille.

Exercice : Création de listes de veille et de management

Les stratégies d'influence

Quatrième module (3h30min): L'utilisation de Tweetdeck et les outils de monitoring

Exercice : Connection à l'outil Tweetdeck pour la gestion multicompte, paramétrage du compte

management des listes de veille, de management

Exercice : Connection à l'outil Tweetdeck pour la gestion multicompte, paramétrage du compte

Exercice : Connection aux outils de monitoring et élaboration d'un premier reporting d'activité

Cinquième module (3h30min): Réalisation d'audits

Identifier la présence numérique des partenaires

Exercice : Réaliser un audit de présence sur les réseaux sociaux des concurrents, clients, partenaires.

Audit des lignes éditoriales

Sixième module (3h30min): Réflexion stratégique

Exposer clairement les objectifs globaux de l'entreprise ainsi que les objectifs de communication

travailler la ligne éditoriale, définir une stratégie de présence

et/ou d'engagement Exercice : Brainstorming

Finalisation

Questions /réponses et remise du support de cours du formateur en PDF.

