

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Devenir community manager

Objectif de la formation

- 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

A qui s'adresse cette formation ?

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.

Pré-requis :

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

Progression pédagogique :

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 QQQQCP)
- Focus sur la sponsorisation de contenu sur les principales plateformes
- Déterminer les objectifs qui en découlent (définition 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 la 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

La formation sera animée par Isabelle Clément

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.