

# FORMATION OPTIMISER SON COMMUNITY MANAGEMENT : CHARTES ÉDITORIALES ET ANIMATION DE COMMUNAUTÉS



- 🗣️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 7 heures soit une journée
- 📅 E-learning sur demande
- 🏢 Inter, intra, coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👥 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 🔍 Référence 20200755

## Objectifs

- 👉 Maîtriser les différentes facettes de la mission des community managers
- 👉 Créer, animer et piloter une communauté
- 👉 Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
- 👉 Identifier, mesurer et gérer les situations sensibles sur les réseaux sociaux
- 👉 Evaluer les actions et optimiser son Community Management

## Formateur

Notre formateur, expert en community management, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 5 ans.

## Prérequis de la formation

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

## À qui s'adresse cette formation ?

Community managers, des Responsables de communication, des Chargés de communication, des Responsables marketing, des Chefs de projet digital/web, des Attachés de presse.

## Présentation

Avec l'essor des réseaux sociaux, la plupart des entreprises ont compris le fort intérêt d'animer et de dynamiser les échanges avec leur communauté.

Le Community Management devient donc une discipline incontournable. Il faut alors savoir identifier ses fans, leur raconter des histoires impliquantes, les associer à la démarche d'animation de la marque...

Savoir les mobiliser autour d'une marque, quelle qu'elle soit, est un enjeu stratégique si l'on veut faire vivre son actualité. Perçu comme une mission ludique, le community management ne s'improvise pourtant pas. Le community management repose sur de véritables savoir-faire.

Le community manager comprend mieux et plus vite ce qui est attendu de ses communautés s'il a une vision claire et pratique des missions et enjeux du community management. Il est au carrefour de plusieurs fonctions de l'entreprise : marketing, communication, technique commerciale et service client. Il porte par ailleurs, et selon sa séniorité, une partie de la stratégie de l'entreprise et de ses marques qu'il impulse, pilote, manage, relaie auprès de sa communauté.

## Programme

### Qu'est-ce que le community management ?

- L'ère de la conversation : les mutations des relations entre les marques et leur audience
- Des enjeux d'influence et d'image pour les marques
- Les 7 piliers du métier de community manager
- Cas pratique: lecture d'une fiche de poste et identification des différentes compétences requises

### Définir sa communauté et ses cibles

- Identifier sa communauté, profiler les cibles et leurs attentes
- Identifier les espaces d'expression de sa communauté
- Cas pratique : identifier les cibles autour d'un cas pratique

### Les outils d'animation indispensables

- Panorama des outils (Veille, monitoring, dashboards...)
- Les canaux sociaux à privilégier en fonction de vos objectifs
- La mise en place d'une charte éthique
- Les spécificités de l'écriture web et l'éditorialisation du contenu : Blog,

Twitter, Facebook

- Atelier : Ecriture de « statuts » autour d'un cas pratique

### Réussir sa stratégie sociale media

- Une présence sur le web social fidèle à l'ADN de la marque
- Définir les leviers d'action et d'engagement sur les cibles (blogueurs, youtubeurs, ambassadeurs...)
- Mettre en place le social media planning
- Optimiser son earned media (presse, blog, réseaux sociaux, avis, commentaires des consommateurs...)
- Pérenniser l'influence et maîtriser sa e-réputation (veiller et évaluer son image)
- Indicateurs clés et le ROI : pertinence, formats, cibles du reporting

### Gérer une situation de crise

- Identifier les différentes typologies de crise
- Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par internet
- Les mouvements contestataires
- Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation

- Comment Internet et les réseaux sociaux peuvent contribuer à mieux gérer une crise.
- Préparer et former son organisation

### Conclusion de la formation, évaluation et tour de table

## Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

## Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

[www.digitalacademy.fr](http://www.digitalacademy.fr)