

Apprendre et décrypter les codes du management de communauté sur Internet. A l'issue de la formation, les participants seront en mesure de mettre en place une stratégie de communication sur les réseaux sociaux et de gérer une communauté virtuelle.

PROGRAMME

- Comment transformer les menaces en opportunités ?.
- Lobbying via les réseaux sociaux.
- Gérer l'information ; Comprendre son public et mettre en place une technique d'influence.

- Extraire des statistiques et mesurer les retours (calculer ROI).
- Comprendre un tableau Excel.
- Créer un modèle de tableau de bord utilisable tous les mois (Facebook).
- Créer un modèle de tableau utilisable en y insérant les réseaux sociaux.

Travaux pratiques : A partir de statistiques Facebook d'une réelle entreprise analyser les résultats en fonction de la stratégie Facebook établie

- Introduction sur Facebook Ads &&&&&&&&& Intérêt de publicité Facebook pour les entreprises.
- Créer un compte publicitaire et attirer plus d'engagement sur Facebook.
- Paramétrer les campagnes Facebook.
- Détecter le public cible.
- Gestion des enchères, suivi et optimisation.

Stratégie publicitaire Twitter

- Introduction sur twitter Ads & & & & & & Intérêt de twitter publicités pour les entreprises.
- Les outils pour faire de la publicité sur twitter.
- Définir sa cible.
- Définir le type de campagne .
- Suivi de résultat de la campagne.

Travaux pratiques : A partir de la stratégie digitale d'une réelle entreprise: Créer et planifier une campagne publicitaire sur Facebook.

- Etablir une stratégie publicitaire sur Instagram.
- Les différentes méthodes possibles.
- Publicité sur Instagram et bénéfice pour les entreprises.
- Les publicités vidéo : Analyse des retours.

- Reporting mensuel et stratégique.
- Savoir manipuler la fonction « statistiques » des principaux réseaux sociaux.

Travaux pratiques : Manipulation en groupe : Facebook (page), Instagram, Twitter, LinkedIn (page)



2

14

HEURES

OBJECTIFS

- Identifier les moyens de créer et développer une communauté virtuelle sur les réseaux sociaux
- Animer et fédérer une communauté virtuelle
- Savoir comprendre et analyser les statistiques pour améliorer sa stratégie
- Créer du contenu permettant de susciter le débat, le partage d'expériences
- Lancer des campagnes de publicité et de communication sur les réseaux sociaux

PUBLIC | PRÉREQUIS

Chargé / Chef de communication / marketing / relations publiques / web Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

PRÉREQUIS

Comprendre les bases du
community management

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à
17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis
tout au long de la formation et
appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte