



Institut du digital et de l'audiovisuel

MAÎTRISER LE COMMUNITY MANAGEMENT

PROGRAMME DE FORMATION

ORGANISME DE FORMATION ENREGISTRÉ SOUS LE NUMÉRO 76-66-02156-66 SIRET 828 857 334 00027
/ CODE APE 8559A
CET ENREGISTREMENT NE VAUT PAS AGRÉMENT DE L'ÉTAT

Durée : Flexible

Pré-requis : Cette formation s'adresse à tout salarié, indépendant ou gérant d'entreprise impliqué dans la communication et le marketing numérique. Avoir une bonne connaissance de l'environnement web et informatique est essentiel.

Modalités d'évaluation : Il sera demandé à chaque stagiaire de se soumettre à une évaluation des acquis par le biais de :

- questions/réponses à la fin de chaque chapitre théorique de la formation,
- mises en pratique des acquis théoriques par des travaux pratiques.

Public concerné : Tout public

Tarifs : Nous contacter

Prises en charge possibles : par Pôle emploi / par votre OPCO / en fonds propres

Accessibilité aux personnes handicapées : Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Lieu de la formation : En présentiel à Cabestany (4 rue Albert Caquot, 66330) ou sur plateforme e-learning.

Moyens pédagogiques : Plateforme e-learning + travaux pratiques + tutorat individuel

Délai d'accès : Les inscriptions doivent être réalisées deux semaines avant le début de la formation.

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE À RÉALISER

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Le Community Management demande l'acquisition de nombreuses compétences et une parfaite connaissance de l'environnement web. Dirigée par un professionnel en marketing digital, vous serez capable de choisir et d'utiliser de manière stratégique les réseaux sociaux pour atteindre votre cible et vos objectifs.

Vous pourrez concevoir une véritable stratégie éditoriale en toute cohérence en fonction de votre schéma de communication. À l'issue de cette formation, en bon Community manager, vous maîtriserez toutes les fonctionnalités Facebook, Instagram, LinkedIn et autres réseaux sociaux tout en étant apte à optimiser votre profil pour attirer toujours plus de visites.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les participants seront formés par un professionnel du marketing digital et du social selling.

Nos formateurs sont impliqués dans une démarche de qualité pédagogique. Ils sont attentifs et réactifs aux difficultés éventuelles du stagiaire afin d'assurer le bon déroulement de la formation et l'acquisition des compétences.

COMPÉTENCES ACQUISES EN FIN DE PARCOURS DE FORMATION

- Reconnaître les différentes plateformes de réseaux sociaux, mettre en place et utiliser des plateformes communes.
- Comprendre comment une gestion efficace des réseaux sociaux facilite la promotion et favorise la génération de prospects.
- Utiliser un service de gestion des réseaux sociaux pour planifier les messages et mettre en place des notifications.
- Comprendre et utiliser les services d'analyse pour suivre et améliorer des campagnes.
- Comprendre les concepts clés du marketing numérique, y compris les avantages, les limites et la planification.

CONTENU DE LA FORMATION

- Etat des lieux des différentes plateformes
- Appréhender les nouveaux codes de communication
- Choisir ses réseaux en fonction de sa cible et de ses objectifs
- Concevoir une stratégie éditoriale : Objectif, cible, ton
- Etre cohérent dans son schéma de communication
- Maîtriser Facebook : fonctionnalités, techniques CM, ton, règles sociales & pratiques...
- Maîtriser Instagram : fonctionnalités, techniques de CM, ton, règles sociales & pratiques... • Maîtriser LinkedIn : fonctionnalités, techniques de CM, ton, règles sociales & pratiques... • Panorama des autres réseaux sociaux (TikTok, Pinterest, Twitch, Twitter...)
- Optimiser son profil en fonction de sa cible, du réseau et de ses objectifs
- Interagir en fonction de sa cible et du réseau • Savoir publier au bon moment
- Créer du contenu de qualité
- Appréhender les bases du SMA et du Pixel Facebook
- Concevoir un storytelling
- Créer de l'attachement et de l'engagement
- Communiquer via les influenceurs
- Interagir avec la communauté
- Concevoir des visuels impactants et des vidéos pour les réseaux sociaux
- Maîtriser ses hashtags & stories
- Analyser la portée de ses publications
- Evaluer et choisir ses outils social media
- Intégrer des groupes
- Comprendre ce que dit la loi
- Veille et partage de contenus pertinents pour sa cible
- Coopérer avec des administrateurs de pages
- Utiliser le principe de réciprocité avec des partenariats
- Engager des figures d'autorité
- Comprendre le phénomène de viralité

CONTACT



idaformation



www.ida-institut.fr



0448070586