Les fondamentaux du Community Management

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Éligible au CPF : Non

Domaine : Développement

Action collective : Non

Filière : Transformation digitale

Rubrique : Digital Marketing

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

Identifier les enjeux du Community Management et en comprendre les principes
Identifier les rôles et les missions du Community Manager
Maîtriser le vocabulaire et les usages du Web social
Connaître les différents réseaux sociaux, leurs fonctionnements et usages
Créer et gérer des comptes sur les principaux réseaux sociaux, en particulier Facebook et X (anciennement Twitter)
Connaître les principaux outils de gestion des réseaux sociaux

Public visé

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, Web… et toute personne amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

Pré-requis

Connaissance de l'Internet et de ses usages.

PROGRAMME

Comprendre le Web social et les enjeux du Community Management

- Comprendre la mutation des modes de communication sur le Web.
- Identifier les principaux leviers du Web social : réseaux sociaux, blogs, réseaux sociaux propriétaires…
- Découvrir les usages collaboratifs.
- Définir le Community Management.
- Identifier les enjeux du Community Management pour son entreprise.

Travaux pratiques
Echanges collectifs et retours d'expériences.

Identifier les rôles et les missions du Community Manager

- Définir les rôles du Community Manager.
- Elaborer des chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
- Maintenir la cohésion de la communauté.
- Identifier les obstacles et les opportunités de mise en œuvre de ses actions sur les réseaux sociaux.

Travaux pratiques
Revue d'exemples de chartes internes et externes.

Connaître les différents types de réseaux sociaux

- Identifier les grands usages des réseaux sociaux et les nouvelles tendances.
- Comprendre leurs bénéfices, finalités et les applications métiers.
- Déterminer quels réseaux sociaux intégrer dans sa stratégie de présence.

Travaux pratiques

Code de formation : W-EAC

€ Tarifs

Prix public : 1490 €

Tarif & financement :
Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :
Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
Le dispositif FNE-Formation.
L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.
CPF -MonCompteFormation
Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

Lieux & Horaires

Campus : Ensemble des sites

Durée : 14 heures

Délai d'accès : Jusqu'a 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'insciption complet

Distanciel possible : Oui

Prochaines sessions

Cliquez sur la date choisie pour vous inscrire :

- 05 / 06 / 2025
  : Ensemble des sites
  : Distanciel possible
  : 14 heures
  : 2 jours
- 04 / 09 / 2025
  : Ensemble des sites
  : Distanciel possible
  : 14 heures
  : 2 jours
- 18 / 12 / 2025
  : Ensemble des sites
  : Distanciel possible
  : 14 heures
  : 2 jours

Informations non contractuelles - PDF généré le 19/04/2025

Faire un état des lieux de sa présence sur les réseaux sociaux.

Focus sur Facebook et X

- Cerner les enjeux de Facebook pour la communication d'entreprise.
- Comprendre le potentiel de Facebook et ses principes de fonctionnement : Post, Like, Partage…
- Déterminer le modèle : profil, groupe ou page.
- Connaître les spécificités et impacts de X.
- Le vocabulaire : followers, hashtags…

Travaux pratiques
Benchmarking des concurrents sur Facebook et X.

Gérer une page Facebook

- Créer et personnaliser sa page.
- Gérer la diffusion de ses publications.
- Utiliser les fonctionnalités avancées.

Travaux pratiques
Création et personnalisation de sa page Facebook, programmation de publications.

Gérer un compte X

- Connaître les principales fonctionnalités, les règles d'or et les bons usages de X.
- Appréhender La composition d'un tweet : format, symboles, raccourcis…
- Personnaliser son profil X.
- Optimiser la diffusion de ses tweets.
- Découvrir les plateformes de Social Media Management.

Travaux pratiques
Apprendre à tweeter. Personnaliser son profil. Pratique de Hootsuite pour la gestion de profils et la publication de contenus.

Découvrir les autres plateformes collaboratives et leurs fonctionnalités

- Se rendre visible sur LinkedIn : construire et gérer son réseau de contacts, créer un groupe de discussion.
- Partager des photos et des vidéos : Flickr, Pinterest, Instagram…
- Partager des vidéos : Youtube, Dailymotion, Vimeo…
- Partager des présentations : Slideshare…
- Utiliser des outils de curation : Scoop.It, Paper.li

Démonstration
Prise en main des fonctions principales de différentes plateformes.

MODALITÉS

Modalités

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.
Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.
Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.
Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostics, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.
Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.
Assiduité : certificat de réalisation.
Validations des acquis : grille d'evalution des acquis établie par le formateur en fin de formation.

Informations non contractuelles - PDF généré le 19/04/2025