

Stage 198

Sommaire

- [Objectifs](#)
- [Public](#)
- [Prérequis](#)
- [Programme](#)
- [Modalités](#)
- [Formateur](#)

Objectifs

- Acquérir les fondamentaux théoriques et pratiques du community management
- Apprendre à animer une communauté en ligne
- Établir une stratégie multicanal de l'image de votre organisation
- Accélérer l'intégration des collaborateurs dans leurs nouvelles responsabilités.

Public concerné

Community manager en prise de fonction, responsable de communication, journaliste, responsable marketing, chef de projet Web.

Prérequis

Une bonne maîtrise de Twitter et Facebook est nécessaire.

Programme



Le Web communautaire

- Du Web 1.0 au Web 2.0
- Fondamentaux du Web 2.0
- Panorama et typologie des médias sociaux

- Tendances et émergences
- L'impact du Web 2.0 sur les marques

Le métier de community manager

- Le poste et son évolution
- Le profil type
- Les compétences clés
- Les différents types de community manager

La boîte à outils du community manager

- Les outils de veille
- Les outils de création d'application
- Les outils de curation
- Les outils de reporting et d'analyse
- Les outils de gestion et de planification
- Exercice pratique : mise en place de l'un de ces outils sur l'une de vos communautés

Définir une stratégie sur les médias sociaux

- De l'audit au choix des plateformes sociales
- Quelle plateforme pour quel besoin ?
- La blogosphère
- Passer de la stratégie à l'opérationnel
- Stratégie médias sociaux et stratégie globale
- Exercice pratique : élaboration d'une stratégie de présence sur les médias sociaux

Lancer et animer une communauté

- Les différents types de communauté
- Les différents types de membres
- Lancer et faire croître une communauté
- Les mécanismes d'animation d'une communauté
- Comment engager et fidéliser une communauté
- Présentation d'opérations engageantes

Évaluer la performance de ses actions

- Notion de ROI
- Définir les indicateurs pertinents (quantitatifs et qualitatifs)
- Un mot sur Google Analytics
- Réaliser un reporting
- Exercice pratique : création d'un tableau de bord « médias sociaux »

Témoignage : Un invité vous présente un cas concret et partage ses expériences

Gérer une situation de crise

- Définition et typologie des bad buzz
- Comment détecter/anticiper un bad buzz ?
- Les bons réflexes à adopter
- La place du community manager

- Pourquoi il faut voir le bon côté des choses
- Créer un buzz ?
- Étude de cas et analyse des campagnes mises en place

Voir aussi/Pour aller plus loin

- **184 Facebook, Twitter, LinkedIn... : créer et utiliser des comptes professionnels** (<https://www.adbs.fr/formations/formation-facebook-twitter-linkedin-creer...> [1]);
- **186 RSE et social collaboration** (<https://www.adbs.fr/formations/formation-social-collaboration-et-rse-219>) [2]
- **149 Influenceurs et experts** (<https://www.adbs.fr/formations/formation-influenceurs-et-experts-comment-identifier-182>) [3]

Modalités

Cette formation est illustrée de nombreux exemples et repose sur des exercices pratiques, échanges entre participants et mise en commun d'expériences.

Formateur

Mme Emilie MARQUOIS

Après des études en sciences de l'information et en sciences du langage et un court passage dans le domaine de l'ingénierie linguistique puis de la recherche (France Telecom R&D et IRIT), elle rejoint une agence de communication. Nous sommes alors en 2006. Elle y découvre le phénomène des médias sociaux, commence à bloguer et fait ses débuts de conférencière sur les thèmes de l'identité numérique et des médias sociaux. En 2008, elle devient responsable Marketing chez XWiki SAS, société qu'elle quitte en août 2013 (après avoir contribué au développement de la présence digitale et de la notoriété de la marque) pour voler de ses propres ailes.

Elle est indépendante depuis 2007. Elle accompagne les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs (B2B et B2C) qui souhaitent promouvoir et développer leurs activités grâce aux médias sociaux. Ses prestations vont du conseil en stratégie médias sociaux jusqu'à la prise en charge des aspects opérationnels (création de comptes Twitter, configuration de Pages Facebook, organisation de concours...), en passant également par la formation, la rédaction du contenu et le community management. Elle compte aujourd'hui plus de 25000 abonnés sur Twitter !

Se préinscrire à la formation

[Session 1 - 12/2019](#)

Dates

05/12/2019 - 06/12/2019

Horaires

de 09:00 à 17:00

TARIF ADHERENT

890 € HT (1 068 € TTC)

TARIF NON ADHERENT

1 020 € HT (1 224 € TTC)

Contact

[Formation ADBS](#) [4]

[Je me préinscris](#) [5]

Pour aller plus loin

Domaines

[F – Médiation et marketing](#) [6]

Niveau professionnel

[Tout niveau](#) [7]

Modalités

[Présentiel](#) [8]

Type de stage

[INTER-ENTREPRISE](#) [9]

URL : <https://www.adbs.fr/formations/formation-community-manager-enjeux-et-techniques>

Liens

[1] <https://www.adbs.fr/formations/formation-facebook-twitter-linkedin-creer-et-utiliser-comptes-professionnels-217>

[2] <https://www.adbs.fr/formations/formation-social-collaboration-et-rse-219>

[3] <https://www.adbs.fr/formations/formation-influenceurs-et-experts-comment-identifier-182>

[4] <mailto:formation@adbs.fr>

[5] <https://www.adbs.fr/boutique/formation/911>

[6] https://www.adbs.fr/formations?f%5B0%5D=im_field_formation_themes%3A259

[7] https://www.adbs.fr/formations?f%5B0%5D=im_field_niveau_professionnel%3A408

[8] https://www.adbs.fr/formations?f%5B0%5D=im_field_formation_modalite%3A11

[9] https://www.adbs.fr/formations?f%5B0%5D=im_field_stage_type%20%3A8