Formation Réseaux sociaux, organiser le Community Management

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

Les médias sociaux sont devenus un espace d'échanges prépondérant entre les marques et leurs clients. Cette formation vous permettra de mieux appréhender ces nouveaux médias. Vous apprendrez à y organiser des communautés autour de votre marque et à y contrôler l'image que vous souhaitez diffuser.

Référence	CMA
Durée	3 jours (21h)
Tarif	2 080 €HT
Repas	repas inclus

Objectifs

| Identifier les spécificités des différents réseaux sociaux et leurs avantages pour sa marque
| Concevoir et déployer une stratégie de présence et d'influence sur les réseaux sociaux
| Définir une ligne éditoriale et gérer les contenus publiés
| Gérer sa communauté, veiller au respect des codes de bonne conduite et gérer les situations de crise
| Découvrir les outils de mesures et de social media management

Public

| Directeurs, chefs de projet web ou digital et tous collaborateurs des services marketing ou communication.

Prérequis

| Connaissance des mécanismes de base de la communication sur internet.

Programme de la formation

Etre présent sur les réseaux sociaux
| La mutation des modes de communication.
| La théorie du petit monde : le principe fondateur des réseaux sociaux.
| Du web 1.0 au web 2.0 : recrutement, recherche de services, relations professionnelles...
| Les impacts du web 2.0 sur la marque.
| De l'e-Réputation vers le e-Lobbying.
| Travaux pratiques : Faire le point sur l'e-réputation de son entreprise.

Les différents types de réseaux sociaux
| Les grands usages des réseaux sociaux et les nouvelles tendances.
| Les bénéfices, les finalités et les applications métiers.
| Quels réseaux sociaux intégrer dans sa stratégie de présence ?
| Travaux pratiques : Comment valoriser sa marque sur les réseaux sociaux. Etat des lieux de sa présence et de son utilisation.

Réussir sa stratégie social média
| Une méthodologie pour définir sa stratégie.
| Identifier ses cibles et ses usages.
| Identifier ses leviers : une stratégie de sélection.
| Les impacts sur l'organisation : les nouveaux rôles (Community Manager, CDO...).
| Adapter son organisation et ses métiers.
| Travaux pratiques : Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux (phase 1/4).

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)
- du 1er au 3 octobre 2025
- du 1er au 3 décembre 2025

PARIS
- du 24 au 26 septembre 2025
- du 24 au 26 novembre 2025

LYON
- du 1er au 3 octobre 2025
- du 1er au 3 décembre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

HUB Formation - 14 avenue de l'Opéra - 75001 Paris
01 85 77 07 07 - www.hubformation.com - SIREN 525 287 785

Le Community Management
| Définition et rôles.
| Les chartes internes et externes pour une bonne utilisation des réseaux sociaux.
| Le respect de la charte pour maintenir l'objectif et la cohésion de la communauté.
| Identifier les obstacles et les opportunités de mise en oeuvre de ses actions sur les réseaux sociaux.
| Travaux pratiques : Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : identifier les obstacles (phase 2/4). Revue d'exemples de chartes.

Stratégie d'influence
| Social media planning : mettre en place une stratégie de communication multicanale.
| De la communication à la conversation. Le risque d'info-bésité.
| Prendre en compte l'évolution de l'expérience client.
| Savoir s'engager et répondre au nom de l'entreprise.
| Animer sa communauté.
| Quelle place pour le blog d'entreprise ?
| L'évolution vers des plateformes de contenus.
| Les outils du Community Manager : créer des contenus visuels, améliorer son organisation et sa production.
| Travaux pratiques : Approfondir les fonctionnalités d'administration d'une page Facebook. Découverte et pratique de solutions de Social Media Management.

Aller plus loin dans l'engagement
| Le réseau social propriétaire.
| Mettre en place des opérations d'animation, optimiser sa page Facebook avec des applications tierces.
| Lutter contre la baisse du "reach" avec le Social Advertising.
| Monétiser son offre avec le Social Commerce.
| Valoriser et fidéliser ses ambassadeurs : dépasser le cadre des réseaux sociaux.
| Les nouvelles tendances : réseaux, formats, social video, messageries...
| La tentation du "buzz".
| Travaux pratiques : Personnaliser une page Facebook. Découvrir les solutions d'animation de communautés. Découvrir les solutions de campagnes payantes. Pratique d'outils de curation et de Storytelling.

Le Content Management
| Maîtriser le fond et la forme. Savoir raconter une histoire.
| Diffuser des contenus exclusifs et adaptés.
| Connaître les bonnes pratiques pour améliorer la visibilité de ses publications.
| Le "Picture Marketing" : créer de l'engagement sur Instagram.
| Prendre la parole au nom de l'entreprise.
| Savoir twitter : usages, bonnes pratiques et règles de prudence...
| Savoir modérer. Engager la conversation et répondre. Anticiper et surprendre.
| Savoir gérer l'impact du "reach" Facebook.
| Travaux pratiques : Optimiser la rédaction et la visibilité de ses publications (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest). Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : identifier les contenus, définir la ligne éditoriale, choisir les réseaux sociaux adaptés (phase 3/4).

Gérer une situation de crise
| Identifier les différentes typologies de crise.
| Canaliser et gérer l'amplification d'une crise par internet.
| Adopter une stratégie de communication adaptée à la situation.
| Comment mieux gérer une crise avec Internet et les réseaux sociaux.
| Préparer et former son organisation à la gestion de crise.
| Gérer les critiques : bonnes pratiques et erreurs à éviter.

Evaluer le ROI et la performance de ses actions
| Return on Investment (ROI) vs Return on Attention (ROA).
| Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
| Les outils d'analyse de statistiques pour Twitter, Instagram et Pinterest.
| Objectifs et périmètres de veille.
| Les outils d'observation gratuits.
| Optimiser sa veille grâce à Twitter.
| Les solutions professionnelles de veille et de mesure d'engagement.
| Travaux pratiques : Découverte des statistiques (Twitter, Instagram et Pinterest). Découvrir les hashtags efficaces pour son activité et les influenceurs. Créer son tableau de bord de veille. Elaborer une stratégie de présence sur les réseaux sociaux : définir les mesures adaptées à son plan stratégique (phase 4/4).

HUB Formation - 14 avenue de l'Opéra - 75001 Paris
01 85 77 07 07 - www.hubformation.com - SIREN 525 287 785

Méthode pédagogique

| Exercices pratiques et mises en situation, échanges entre participants, mise en commun d'expériences.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.