

Programme Community Management



IZIE Formation

IZIE Formation

Programme de Community Management

35 RUE PASTORELLI

06000 Nice

Siret : 83747318000029

TVA intracommunautaire : Non assujetti à la TVA

Numéro de déclaration d'activité auprès du préfet de la région PACA : 93061011606

Entreprise : /

Le stagiaire: /

Test d'entrée : QCM

Résultat du test de niveau initial : /50

Intitulé de la formation : Community management

Durée de formation : À partir de 7 heures

Dates : entrées permanentes

Coût total de la formation : À partir de 1470 € TTC

Non assujetés à la TVA

Formats de cours : en individuel ou en groupe

Formation en présentiel avec un formateur :

- A l'organisme de formation : IZIE Formation 35 Rue Pastorelli 06000 Nice
- A l'entreprise
- En Visio avec un formateur expérimenté
- Mixte

Public visé :

Tout Public

Pré requis :

Aucun prérequis

Objectifs pédagogiques :

- Assurer les missions fondamentales du Community manager.
- Élaborer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux et la mettre en œuvre
- Prioriser les orientations par rapport à la stratégie globale de communication
- Établir une stratégie de référencement naturel et payant (SEO, SEM, SMO) et la mettre en œuvre
- Création et animation de communautés sur les réseaux sociaux et surveillance e-reputation
- Animer la présence de l'entreprise sur l'ensemble des médias sociaux (forums, blogs, page fan...)

Accessibilité :

Pour toute situation de handicap merci de nous contacter pour envisager la faisabilité

Module 1 : Concevoir une stratégie médias sociaux

- Structurer un diagnostic médias sociaux (modèle 3C).
- Définir vos objectifs et cibles pour élaborer une stratégie réseaux sociaux adaptée (modèle POEM, SWOT).
- Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page ou profil LinkedIn, chaîne YouTube, profil public Snapchat ou encore compte TikTok... quels médias choisir ?
- Le plan d'actions opérationnel : ligne éditoriale, calendrier éditorial, ...
- Découvrir les grandes tendances Social Media : audio, metaverse, social ads...
- Développer une communauté autour de sa marque

Module 2 : Gérer une page Facebook

- Se familiariser avec l'interface Facebook et les 3 types de présence (profil, groupe et page), le fonctionnement de l'algorithme Facebook.
- Gérer les paramètres d'une page professionnelle.
- Administrer une page entreprise Facebook au quotidien : page Facebook, Meta Business Suite, Creator Studio, modération.
- Bonnes pratiques de publication pour optimiser visibilité et taux d'engagement.
- Mesurer ses résultats avec les statistiques Facebook.
- Découvrir la régie publicitaire de Facebook.

Module 3 : Gérer un compte Instagram professionnel

- Se familiariser avec les interfaces mobile et ordinateur d'Instagram.
- Comprendre et tirer parti de l'algorithme d'Instagram pour une meilleure visibilité.
- Compte personnel, compte professionnel, compte créateur : quelle différence ? Que choisir ?
- Découvrir les différents types de formats Instagram : publication image, vidéo, carrousel, stories, réels, guides et live.
- Les bonnes pratiques d'animation : légendes, hashtags, bio...
- Suivre les statistiques pour optimiser son Community management.
- S'appuyer sur les influenceurs, micro-influenceurs, nano-influenceurs et ambassadeurs (UGC) pour atteindre ses objectifs.

Module 4 : développer une présence efficace sur LinkedIn

- Se familiariser avec l'interface, l'algorithme et les 3 types de présence (profil, page, groupe).
- Personal Branding : optimiser son profil pour gagner en visibilité.
- Mettre en place une veille efficace (hashtags, groupes, influenceurs...).
- Pourquoi créer une page entreprise ?
- Publier du contenu en tant que profil et page : bonnes pratiques et astuces pour optimiser la portée et l'engagement.

- Découvrir les principes de l'Employee Advocacy.

Module 5 : Mettre en place et piloter le dispositif Social Media

- Choisir les bons outils de management des médias sociaux (SMMS).
- Définir ses tableaux de bord.
- Découvrir les outils de veille d'e-réputation.
- Les influenceurs
- Etablir une gouvernance : charte sociale media, gestion des avis négatifs, gestion du bad buzz.
- Découvrir les différents KPI : taux d'engagement, interaction, amplification, appréciation et conversion.
- Le Inbound Marketing

Module 6 : Présentation et Introduction des platforms

- TikTok
- Twitter
- YouTube
- Pinterest
- Slideshare
- Photoshop
- InDesign
- Snapchat
- Réseaux de niche

Module 7 : Gérer sa présence Web

- Créer des pages web simples avec HTML et CSS
- WordPress
- Ecrire pour le web
- Adobe
- Droit du numérique (obligations légales, collectes de données...)

- Les bases du Webmarketing
- Gestion de crises et fake news

Module 8 : référencement WEB

- Maîtriser les bases du référencement naturel et payant
- SEO, SMO et SEA
- Les outils Google (Google ADS, Google Analytics, Google Tag Manager...)
- Facebook Ads
- Les tags/ mot clés

Formateur/formatrice :

Moyen d'encadrement : (formateur) :

Les cours sont dispensés par des enseignants et des formateurs spécialisés, ayant les connaissances et les compétences nécessaires pour la réussite du transfert de connaissances.

Expérience : minimum 2 ans.

Méthodes mobilisées : (moyens pédagogiques et techniques) :

Eléments matériels de la formation :

- Supports papiers
- supports numériques
- supports audios

Les modalités d'adaptation pédagogique :

- Face à face avec un formateur de langue anglaise
- Mises en situation répétées et coaching terrain
- Répartition pédagogique : 70 % de pratique, 30 % d'apports théorique

- Participation active et l'expérimentation des participants est privilégiée
- Exercices pratiques, outils d'analyse,
- Apports méthodologiques illustrés d'exemples puis application en situation.

Modalités et suivi d'évaluation :

- Entretien et test de positionnement
- Évaluation des acquis régulières (QCM, Jeux de rôle...)
- Évaluation final avec passage de certification
- Suivi pédagogique individuel
- Feuille d'émargement par demi-journée
- Attestation de présence

Fait à Nice,

Le