



Fiche technique de la formation

Code : CYBS 542

Version : 02

Formateur:

Date application :

12/06/2023

Page 1/6

Formation

Médias Sociaux & Community Management

Référence :

CYBS 542

Durée :

Date :

Type de formation

Inter-Entreprise

Lieu :

INTERNALE CONSULTING

Internale Consulting 119, Boulevard de la résistance Etg N°25

Patente: 37973535 -IF:40239852 -RC:227879-CNSS: 8608244- Casablanca

Tel : +212522447654/ @ :contact@internaleconsulting.com/ internal.consulting@gmail.com

Site: www.internaleconsulting.com

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ✚ Positionner son entreprise sur les réseaux sociaux et élaborer une stratégie de communication social media
- ✚ Surveiller les composantes de l'e-réputation
- ✚ Apprendre à collaborer avec des influenceurs
- ✚ Créer, paramétrer et modérer des pages professionnelles
- ✚ Organiser sa pratique de Community Manager
- ✚ Animer sa communauté avec une stratégie de contenus variée
- ✚ Optimiser ses actions grâce à la publicité sur les réseaux sociaux

PUBLIC CIBLE

- Responsables de contenus en prise de fonction
- Responsable marketing/marketing digital
- Responsable communication/communication digitale
- Chargé(e) / Responsable de la communication digitale
- Digital planner / Chef de projet média
- Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management

METHODES PEDAGOGIQUES

- Pédagogie interactive, participative, une série de discussions fera l'objet d'échange entre les participants et le formateur.
- Etude de cas pratique en atelier ; Echanges et retours d'expérience.
- Réalisation par les stagiaires d'un plan d'action individuel.

PRE-REQUIS

- Comprendre la stratégie marketing de l'entreprise
- Maîtriser les fondamentaux de la culture « web et réseaux sociaux »

Les modules de cette formation vous apportent une approche stratégique et pratique pour structurer la stratégie social media de votre entreprise.

PROGRAMME DE FORMATION

Comprendre le contexte du web communautaire et organiser son Community management

- Le Web social : nouveaux usages, nouveaux métiers
- Spécificités et tendances de chaque réseau social
- Savoir créer, animer et développer sa communauté
- Connaître les fondamentaux du Community Management

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)
- Créer et paramétrer ses pages sur les réseaux sociaux : Page Facebook, compte Twitter ou Instagram, page ou profil LinkedIn, chaîne YouTube, profil public Snapchat ou encore compte TikTok... quels médias choisir ?
- Organiser un dispositif social media : le plan d'action opérationnel : ligne éditoriale, calendrier éditorial...
- Concevoir une stratégie réseaux sociaux
- Mise en application pratique : Création de page Facebook, réponse à des commentaires négatifs, création d'une bio Instagram, audit d'une chaîne YouTube, mise à jour de son profil LinkedIn.

Mettre en pratique grâce à des outils spécialisés

- Outils de gestion des comptes
- Outils de création visuelle

- Outils de partage sur les réseaux sociaux
- Outils de Reporting et d'Analyse
- Outils de veille informative et concurrentielle

Définir une stratégie de contenus

- Brand content, curation, UGC : développer un contenu impactant
- Animer efficacement les principaux médias sociaux
- Mettre en place un programme influenceurs digitaux (earned media)
- Motiver et mobiliser un réseau d'ambassadeurs : employee et customer advocacy
- Mise en application pratique : Constituez un book de bonnes pratiques de publications sur les médias sociaux. Déclinaison de contenus de marque autour d'une étude publique ou d'un événement

Optimiser son community management grâce à la publicité (Social Ads)

- Découvrir le langage de la publicité sur les réseaux sociaux
- Connaître les statistiques de publicité sur les réseaux
- Comprendre les enjeux des social ads
- La place de la publicité dans l'entonnoir de conversion
- Choisir les KPI à étudier en fonction de ses objectifs de campagne
- Mettre en place des campagnes publicitaires

Maitriser les indicateurs de performance et le Pilotage des résultats

- Découvrir les différents KPI : taux d'engagement, interaction, amplification, appréciation et conversion
- Définir des indicateurs pertinents (principaux KPI à suivre)

- Pourquoi, comment et à quelle fréquence mesurer la performance de ses publications social media ?
- Utiliser les outils statistiques mis à disposition par Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, TikTok, Pinterest.
- Utiliser les solutions Analytics
- Passer du ROI au ROE

