

Se former au métier de **COMMUNITY MANAGER**

PUBLIC ET PRÉREQUIS :

Chargé de communication, commercial digital, animateur de communautés et toute personne souhaitant évoluer vers un poste de community manager.

Pré-requis : Avoir une excellente culture web, disposer de capacités rédactionnelles et connaître informatique.

DURÉE :

329 h en centre

VERSION
V23.1



Lieu :
Espace Emeraude 33150 CENON

Communication / PAO / Web

Objectifs :

- Rédiger des contenus web.
- Mettre en oeuvre la diffusion d'information & de contenu de site
- Animer une communauté web
- Alimenter des réseaux sociaux
- Maitriser les outils web & multimédia
- Assurer le référencement d'un site
- Analyser le trafic d'un site web

Méthode Pédagogique :

- Formation présentielle animée par des formateurs professionnels.
- Apprentissage dynamique à partir de techniques d'animations variées, mise en situation, échanges, ateliers divers.
- L'animateur s'assurera de rendre le groupe acteur de sa formation.

Évaluation des objectifs :

- Objectifs de compétences théoriques évalués en s'assurant que les participants auront compris les concepts, les stratégies et qu'ils sont capables de les restituer
- Objectifs de compétences pratiques (savoir faire) évalués à travers des cas pratiques, jeux de rôle...
- Objectifs de compétences assertives (prendre conscience de) évalués en testant la capacité à expliquer une problématique.
- Les objectifs portant sur les compétences de savoir faire-seront évalués en demandant aux participants d'animer eux-mêmes certaines parties de cas concrets.

Moyens matériel :

- PC dernière technologie
- Logiciels de gestion et bureautique
- Imprimante laser couleur
- Vidéo projecteur
- Tableaux
- Sup



Aptitudes 21

COMMUNICATION

Programme



14h **Créer une newsletter**

Mettre en place une stratégie Newsletter
Concevoir sa newsletter : typo et structure
Définir les objectifs de sa newsletter
Newsletter promotionnelle et newsletter éditoriale
Constituer sa base de données
Définir sa cible
Les sources
Les techniques pour développer le nombre d'abonnés à sa newsletter
Respecter les règles juridiques
Rédiger sa newsletter
Stratégie éditoriale et outils journalistiques
Charte graphique et rubriques
Améliorer l'efficacité de sa newsletter
Fréquence et volume des envois
Période des envois
Optimiser les coûts et mesurer le retour sur investissement
Routage
Prestataires et budget
Indicateurs et ratios de performance
Faire un tableau de bord

126h **Les fondamentaux de la communication**

35h Indesign

Construction d'un document
Les blocs
Traitement de texte
Images
Les attributs graphiques

35h Illustrator

Interface
Outils
Travail sur les calques
Création et transformation des objets
Aspect graphique
Texte

35h Photoshop

Document
Retouches
Techniques
Sélection
Les calques
Transformations
Modes colorimétriques et gestion des couleurs
Masque
Scripts

21h Dynamiser ses supports de communication

Comprendre la structure graphique

Comment optimiser la mise en page de vos documents ?
Comment placer le titre, le texte et l'image ?
Comprendre les règles de lecture d'un

document

Analyser les tendances de la création graphique

Connaître les règles de typographie

Maîtriser les règles de base : lisibilité, confort de lecture et erreurs à éviter
Découvrir les familles de typographie et leur utilisation
Comprendre l'influence de la typographie sur le sens des créations
Savoir optimiser les espaces de son document : doser les espaces vides et remplis

Harmoniser ses couleurs

Maîtriser l'utilisation du cercle chromatique pour assembler les couleurs
Utiliser les codes couleurs et les contrastes
Découvrir la signification symbolique et culturelle des couleurs
Savoir utiliser les couleurs en fonction de son secteur d'activité

Étudier le sens des formes

Connaître le sens des formes selon le secteur d'activité
Savoir quelle forme choisir par rapport à la dynamique que l'on souhaite donner à sa création

Appréhender le langage de l'image

Utiliser les principes de lecture des images et les parcours visuels pour atteindre l'oeil

Analyser un visuel

Connaître les codes et fonctions visuels
Intégrer les visuels dans les documents
Établir les priorités en fonction du message à transmettre
Les erreurs à éviter

49h **Stratégie marketing**

14h Elaborer sa stratégie marketing digital

Les spécificités du marketing digital

Les règles
Les indicateurs
Les fichiers ou base de données
Les outils
Les réseaux : réseaux sociaux, forums, blogs, newsletter...
Le référencement
Les exigences

Stratégie marketing digital

Réflexion sur les objectifs : acquisition d'une nouvelle clientèle, travail de la notoriété, fidélisation...
Travail sur la veille de marché et la veille concurrentielle
Analyser le comportement de ses consommateurs
Définir ses actions en fonction de sa cible
Définir les plateformes de communication

Panoramas des actions de marketing digital

Créer du contenu et le partager
Tenir un blog professionnel
Travailler à partir de son site web
Gérer sa présence sur les réseaux sociaux
Utiliser l'E-mailing
Gérer l'E-réputation
Analyser les retombées de votre communication digitale

Exercices pratiques

Réflexion sur la stratégie à développer en fonction de son activité
Définir son plan d'actions

14h Inbound marketing

La communication digitale
Communication multicanale
Communication multi-acteurs
Communication communautaire
Mettre en place une stratégie de communication digitale

Réaliser un audit stratégique
Définir sa cible
Fixer les objectifs et définir un budget
Choisir les canaux et établir un calendrier

Le marketing de contenu

Les principes de l'Inbound marketing
L'Outbound marketing
Mettre en place une stratégie de marketing de contenu
Les mots clés

La rédaction sur le Web

Règles de rédaction générales
Le cadre légal
La ligne éditoriale
La charte éditoriale

7h Gérer sa e-reputation

Le contexte de l'ère du web 2.0
L'évolution du web
Stratégie pour gérer les avis client
Mise en place d'un dispositif de veille
Réponse aux avis
Exercices pratiques



COMMUNICATION

Programme

14h Choisir et rédiger ses outils de communication

Connaître son marché

Segmentation du marché
Notion de cibles, zonage
Choix des cibles
Comportements d'achats

Définir ses objectifs

Lancer un produit ou service
Trouver de nouveaux prospects
Atteindre un nouveau marché
Fidéliser sa clientèle
Développer des partenariats

Choisir les bons outils de communication

Annonces publicitaires
Mailings
Courriers électroniques
Newsletters
Publications réseaux sociaux
Prospection téléphonique
Blogs
Prospectus...

Avantages / Inconvénients

Quoi, pourquoi, pour qui ?

Concevoir le support

L'accroche
Illustration de l'annonce / du plan
Rédaction de l'annonce / du plan
Inclure les astuces promotionnelles, nouveautés...

Techniques pour faciliter les réponses

Les mots clés

La rédaction sur le Web

Règles de rédaction générales

Le cadre légal

La ligne éditoriale

La charte éditoriale

98h

Réseaux sociaux

14h Rédiger pour le web

Définir l'éditoriale
Spécificité technique du web
Organisation des contenus
Appliquer les techniques d'écriture pour le web

7h Créer et animer son compte Facebook

Présentation de Facebook

Comprendre le rôle de Facebook sur les réseaux sociaux
Analyser l'intérêt du réseau social Facebook par rapport à son activité, à sa cible, à ses objectifs
Mesurer le potentiel commercial et relationnel de Facebook
Intégrer les enjeux de la e-réputation

Différencier le profil et la page, les créer

Faire la différence entre un profil et une page Facebook
Créer un profil et intégrer toutes les informations pour se mettre en valeur
Savoir pourquoi et pour qui créer un profil
Faire la différence entre profil personnel et profil professionnel
Paramétrer et administrer sa page (sélectionner une catégorie de page, créer une description, etc...)
Remplir sa page : insérer un logo, une photo de couverture et présenter son entreprise
Définir les paramètres de confidentialité et intégrer les différences entre profil et page

Publier du contenu

Publier du contenu : comment et quand les publier ? à quel rythme ? qui peut les publier ?
Savoir quel type de contenu publier (informatif, authentique, réponses aux problématiques...)
Connaître les différents formats de posts (statut, images, vidéos, stories, etc...)
Comprendre les règles de diffusion des posts
Savoir programmer la diffusion de posts
Créer une offre commerciale ou un événement
Générer de l'engagement sur vos posts

Recruter ses « fans »

Inviter vos amis, les utilisateurs engagés à aimer votre page Facebook, inviter vos clients à suivre votre page Facebook
Animer sa communauté pour accroître son nombre de fans ou de suiveurs pour gagner en visibilité
Connaître les habitudes de sa communauté pour lui apporter la bonne info au bon moment
Fidéliser son audience et développer l'interaction
Générer du trafic vers son site internet et/ou son blog
Attirer les visiteurs de votre site web

7h Créer et animer son compte Instagram

Présentation d'Instagram

Cartographie des réseaux sociaux
Quelques chiffres sur Instagram
Fonctionnement d'Instagram
Pourquoi communiquer sur Instagram

Forces et faiblesses

Les cibles visées sur Instagram
Les formats de publication

Instagram

Création du compte et conversion profil professionnel
Optimiser son compte Instagram
Créer et publier du contenu Instagram pertinent en fonction de son secteur d'activité
Gérer les commentaires négatifs
Les différentes techniques pour gagner des abonnés
Produire des visuels attractifs en respectant les contraintes imposées par Instagram
Mesurer les performances de ses actions sur Instagram
Les différents types de stories
Personnaliser le contenu des stories
Diffuser ses stories
Les stories à la une
Mesurer les performances des stories
Instagram

7h Créer et animer son compte LinkedIn

Présentation de LinkedIn

Quelques chiffres sur LinkedIn
Le fonctionnement de LinkedIn
L'intérêt de LinkedIn

Créer et développer votre profil LinkedIn

Créer son profil LinkedIn
Compléter ses informations de profil, parcours, expériences, photo et titre de profil
Régler ses paramètres de confidentialité
Actualiser sa photo de profil
Ajouter une bannière au profil
Rédiger une introduction, un résumé pertinent sur votre profil
Solliciter des recommandations

Organiser la présence de votre entreprise et de vos équipes

Créer et administrer une page entreprise
Présenter son entreprise sur LinkedIn
Les différents formats de publication
Créer des publications représentant l'image de l'entreprise
Employer les bonnes pratiques pour communiquer avec son réseau
Générer des leads



COMMUNICATION

Programme

7h Créer et animer son compte Tiktok

Découvrir TikTok

Connaitre le fonctionnement, les avantages et les inconvénients de TikTok
Comprendre l'utilisation de TikTok par les entreprises

Créer un compte TikTok

S'inscrire sur TikTok
Configurer son compte et ses paramètres TikTok
Passer en compte pro
Prendre en main l'interface de l'application
Utiliser la version web

Etablir une stratégie de contenu TikTok

Connaitre sa cible
Fixer des objectifs
Connaitre les types de contenu les plus populaires
Comprendre l'algorithme de TikTok
Définir un rythme et une stratégie de publication

Créer une vidéo TikTok

Créer et publier une première vidéo TikTok
Programmer une vidéo TikTok
Distribuer une vidéo TikTok sur d'autres plateformes
Astuces et bonnes pratiques

7h Facebook - Développer sa stratégie de contenu

Mettre en place une stratégie de publication en terme de contenu, timing et en fonction de son secteur d'activité

Améliorer votre page en continu
Connaitre les caractéristiques d'un post efficace
Connaitre les bonnes pratiques pour la publication de contenu
Intégrer des vidéos, des photos
Travailler son image
Définir ce qui est utile de publier
Mettre en place une ligne éditoriale
Etablir un échéancier éditoriale
Découvrir l'outil statistiques Facebook

Publier des posts pour assurer une visibilité constante sur Facebook

Agir en tant que page
Programmer un post
Géolocaliser un post
Créer une offre, un événement, un moment-clé
Mettre un post en avant gratuitement
Utiliser à son avantage l'algorithme de Facebook
Mettre à jour une page Facebook
Mettre en avant la publication d'un tiers
Publier automatiquement le contenu de votre site internet

Attirer des fans et établir une relation dans la longévité

Mettre en place des liens sur votre site internet
Promouvoir en off line
Aimer d'autres Pages
Utiliser les groupes
Organiser un concours
Utiliser un «faux» profil

7h Instagram - Développer sa stratégie de contenu

Planifier ses publications pour s'organiser

Définir ses objectifs, sa cible en fonction de ses personas
Définir un calendrier de publication
Déterminer votre contenu
Préparer son contenu
Déterminer une ligne éditoriale
Identifier votre audience
Choisir un rythme de publication
Quand publier sur Instagram
Publier selon les bonnes pratiques
Utiliser les outils de programmation de publications

Booster sa présence sur Instagram

Publier au bon moment les bons contenus en adoptant le type de post qui engage
Exploiter les hashtags pour plus de visibilité
Interagir avec son audience
Utiliser efficacement l'user generate content (UGC)
Organiser des jeux concours

7h LinkedIn - Développer sa stratégie de contenu

Valoriser son profil et sa page

La page entreprise LinkedIn : création, administration et animation
Optimiser son profil sur LinkedIn
Les paramètres et options de visibilité sur LinkedIn
Repérer les influenceurs
Travailler son identité numérique, sa marque personnelle
Adopter une stratégie de présence

Mettre en oeuvre une stratégie de contenu

Stratégies de contenus pour le social selling
Trouver les bons sujets en fonction de son activité et de sa cible
Comprendre le fonctionnement des algorithmes de contenus sur les réseaux sociaux
Concevoir et publier des posts
Quand et sur quel rythme publier ?
Définir un calendrier éditorial
Mesurer ses actions

7h Vendre avec Facebook

Analyser sa page Facebook : forces et faiblesses

Définir des indicateurs clés de mesure des performances
Réaliser un audit de sa page Facebook
Evaluer l'efficacité des activités organiques
Evaluer l'efficacité des activités publicitaires
Analyser les KPI avec Facebook analytics

Recruter de nouveaux clients

Mettre en place des jeux concours
Mettre en oeuvre une stratégie pour acquérir de nouveaux clients
Etoffer, exploiter ses réseaux
Obtenir le témoignage des clients satisfaits
Proposer de nouveaux concepts intéressants de publications
Faire participer vos fans
Choisir les moments d'affluence pour publier

Meta business suite

Utiliser Meta Business suite
Qu'est-ce que Meta business suite
Créer une boutique Facebook
Mettre en avant son magasin et ses produits
Prendre en compte les conditions et les politiques des marchands*
ROI : vente sur Facebook

7h Vendre avec Instagram

Recruter de nouveaux clients

Utiliser la boutique Instagram
Mettre en oeuvre une stratégie pour acquérir de nouveaux clients
Etoffer, exploiter ses réseaux
Obtenir le témoignage des clients satisfaits
Proposer de nouveaux concepts intéressants de publications
Faire participer vos fans



COMMUNICATION

Programme

Mettre en place le marketing d'influence

Trouver des influenceurs pertinents
Créer des partenariats entre marques
Créer une publication en collaboration sur Instagram
Accepter ou refuser une collaboration sur Instagram
Détecter les faux influenceurs

Analyser ses statistiques

Regarder les statistiques d'une publication Instagram
Voir le trafic sur Instagram
Utiliser les outils statistiques Instagram : couvertures, impressions, engagements, interactions, visites de profil
Utiliser les filtres pour analyser les statistiques du profil
Analyser son audience Instagram
Analyser les datas démographiques et de comportement d'audience
Analyser les statistiques de stories Instagram
Choisir ses indicateurs de performances
Mesurer et engager des actions correctives
Utiliser les outils externes

7h Vendre avec LinkedIn

Utiliser le story telling

Qu'est-ce que le story telling ?
Les règles d'or du story telling
Aligner son histoire à sa communauté
Mettre de l'émotion dans son message
Développer une stratégie de story telling

Générer des opportunités commerciales

Trouver les bons prospects avec les bons outils
Développer son réseau
Repérer des leads à partir de son site Web
Développer la génération de leads et les conversions
Assurer la relation client au quotidien sur les réseaux sociaux

Respecter les usages

Les erreurs à ne pas commettre sur LinkedIn
Les bonnes pratiques en matière de publicités sur les réseaux sociaux

Les outils commerciaux

Le profil premium Sales Navigator : prospection et veille commerciale
Les contenus sponsorisés et la publicité sur LinkedIn
Paramétrer une campagne de génération de lead sur LinkedIn

7h Vendre avec les publicités Facebook et Instagram

Introduction à la publicité

Qu'est-ce que la publicité ?
Comprendre les objectifs de la publicité en ligne
Comment créer un compte publicitaire
Comment définir son audience cible

Meta Business Suite

Présentation de l'interface et structure du compte
Paramétrer son compte business manager
Structurer ses campagnes publicitaires

Créer sa publicité

Types de publicités Facebook et Instagram
Création d'une campagne publicitaire et sélection des paramètres
Choisir le bon objectif
Choisir ses emplacements
Définir son budget
Stratégies de ciblage pour maximiser les résultats
Les règles fondamentales pour la publicité
Créer le contenu de sa publicité
Conseils pour la création de copywriting efficace
Simulation de publication
Effectuer un A/B test
Comment mesurer les résultats de la publicité
Astuces pour maximiser le ROI
Analyse et optimisation des performances de la campagne

14h Community management

Les composantes du community management
Développer un réseau efficace et actif : animation événementielle
Efficacité dans l'animation des communautés
Les aspects juridiques à connaître

Les risques juridiques et les sanctions qui pèsent sur l'entreprise
Les nouvelles obligations pour le responsable des traitements et pour les sous-traitants
Les nouvelles règles de gestion pour la Cybersécurité
Se mettre en conformité
Définir un plan d'actions pour se mettre en conformité
La gouvernance des données, rôles et responsabilités
La protection des données à caractère personnel
Les actions à prévoir pour se mettre en conformité
La démarche pour mettre en oeuvre le plan d'actions

14h **Organiser une veille**

Comprendre les enjeux de la veille
Définir les objectifs d'une veille
Mettre en place une méthodologie
Panorama des sources d'informations
Définir et activer son réseau
Utiliser les outils de surveillance
Analyser et interpréter l'information

7h **RGPD**

RGPD

Comprendre le RGPD
Les Données à Caractère Personnel et la nécessité de les protéger
Objectif et périmètre du RGPD
Les entreprises et les types de données concernés
Les enjeux et les impacts pour l'entreprise
Les impacts sur le système d'information
Comprendre les nouveaux principes de protection des données
Les nouvelles définitions introduites par le règlement européen
Les nouveaux droits pour les personnes



21h *Créer sa vidéo de promotion avec son téléphone*

Prise de vues

Le fonctionnement d'une application vidéo sur smartphone

Les règles de cadrage et de composition d'une image

Les différentes techniques de prise de son, d'interview

La réglementation en matière de « droit à l'image »

Les différents médias vidéo

Les différents convertisseurs vidéos et leurs spécialisations : QuickTime, FFmpeg, VLC, Mplayer, Road Movie

Qu'est ce qu'un rendu, quel est sa fonction ?

Comprendre les variations de poids de fichiers natif/poids de fichiers rendu

Le rapport poids/qualité

La rapidité de rendu

Comprendre le fonctionnement de la qualité de rendu, du son obtenu

La conversion de l'audio

Les éléments à respecter pour une conversion vidéo qualitative

Montage audiovisuel

Les fonctionnalités d'un logiciel de montage vidéo

Le plan de montage dynamique

Le mixage son

L'exportation des montages en HD

Exercices pratiques

Réalisation d'une vidéo de présentation d'une entreprise artisanale

Montage audiovisuel de cette prise de vue

