

Réseaux Sociaux | Animer sa communauté

Présentation

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'animer et gérer une communauté virtuelle

Durée : 14,00 heures (2 jours)

Tarif INTRA : Nous consulter

Objectifs de la formation

- Constituer et animer au quotidien des communautés
- Définir sa stratégie éditoriale en fonction de la communauté visée (B to C et B to B) et en tenant compte des dernières tendances
- Créer et gérer des contenus à valeur ajoutée
- Lancer des campagnes de publicité et de communication sur les réseaux sociaux
- Mesurer la performance des actions mises en place et en assurer le suivi
- Anticiper et gérer les situations de crise

Prérequis

- Connaissance des principaux réseaux sociaux

Public

- Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

Programme de la formation

Jour 1

- Définition de vos attentes et de vos objectifs
- Pourquoi et sur quels réseaux sociaux avoir une communication de marque en 2022 ?
 - ❓ Etat des lieux du Social Marketing
 - ❓ Quelles sont les tendances actuelles ?



- ❓ Quels sont les réseaux sociaux adaptés à votre activité, et pourquoi ?
- Identifier et comprendre votre audience pour construire votre communauté
 - ❓ Définir vos personas Marketing
 - ❓ Savoir où votre communauté est présente, et pourquoi
- Comprendre votre communauté pour savoir comment l'atteindre
- => les communautés créent les tendances
- Création d'une stratégie Social Media afin de préciser les raisons pour lesquelles votre marque est présente sur les réseaux sociaux, définir la façon dont elle y est présente et organiser les types de contenus qu'elle va produire et diffuser sur ceux-ci
 - ❓ Définir les objectifs et enjeux de la présence Social Media
 - ❓ Définir la ligne éditoriale
 - ❓ Définir les éléments de langage
 - ❓ Définir le ton de voix
 - ❓ Définir la charte graphique
 - ❓ Définir les types de publications
- Découverte des formats engageants et rédaction de publications en fonction d'un objectif défini Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, Snapchat
 - ❓ Image, PPL, carrousel, album, vidéo, live, sondage, document, audio...
- Découverte des formats de publicités en fonction d'un objectif défini Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, Snapchat

Jour 2

- Savoir modérer
 - ❓ Comment et où engager une conversation : page, groupes, réseaux internes,...
 - ❓ Comment répondre aux sollicitations/questions/commentaires
- Rédiger les Règles de bonne conduite et une Charte de modération
- Savoir impliquer votre communauté :
 - ❓ Par des publications engageantes
 - ❓ Par la prise de parole de vos Ambassadeurs
 - ❓ Par l'implication de vos équipes
 - ❓ En utilisant les UGC pour que votre communauté devienne des prescripteurs
- Pourquoi et comment faire de la veille
- Comment lutter contre la désinformation
- Statistiques
 - ❓ Savoir analyser vos résultats pour optimiser vos performances
- Gestion de crise

- Savoir analyser la situation et identifier les impacts pour la marque
- Savoir prendre la parole en tant que marque
- Utiliser les ressources de la marque

Organisation

Formateur

Les formateurs de Docaposte Institute sont des experts de leur domaine, disposant d'une expérience terrain qu'ils enrichissent continuellement. Leurs connaissances techniques et pédagogiques sont rigoureusement validées en amont par nos référents internes.

Moyens pédagogiques et techniques

- Apports des connaissances communes.
- Mises en situation sur le thème de la formation et des cas concrets.
- Méthodologie d'apprentissage attractive, interactive et participative.
- Equilibre théorie / pratique : 60 % / 40 %.
- Supports de cours fournis au format papier et/ou numérique.
- Ressources documentaires en ligne et références mises à disposition par le formateur.
- Pour les formations en présentiel dans les locaux mis à disposition, les apprenants sont accueillis dans une salle de cours équipée d'un réseau Wi-Fi, d'un tableau blanc ou paperboard. Un ordinateur avec les logiciels appropriés est mis à disposition (le cas échéant).

Dispositif de suivi de l'exécution et de l'évaluation des résultats de la formation

En amont de la formation

- Recueil des besoins des apprenants afin de disposer des informations essentielles au bon déroulé de la formation (profil, niveau, attentes particulières...).
- Auto-positionnement des apprenants afin de mesurer le niveau de départ.

Tout au long de la formation

- Évaluation continue des acquis avec des questions orales, des exercices, des QCM, des cas pratiques ou mises en situation...

A la fin de la formation

- Auto-positionnement des apprenants afin de mesurer l'acquisition des compétences.
- Evaluation par le formateur des compétences acquises par les apprenants.
- Questionnaire de satisfaction à chaud afin de recueillir la satisfaction des apprenants à l'issue de la formation.
- Questionnaire de satisfaction à froid afin d'évaluer les apports ancrés de la formation et leurs mises en application au quotidien.

Accessibilité

Nos formations peuvent être adaptées à certaines conditions de handicap. Nous contacter pour toute information et demande spécifique.